LE FRANÇAIS & LA GESTION DANS L'ENTREPRISE DES SERVICES LINGUISTIQUES

VOIR SIDE COLLOQUE

organisé conjointement par

l'Association des conseils en francisation du Québec

le Centre de linguistique de l'entreprise

le Conseil de la langue française

la Société des traducteurs du Québec

LE FRANÇAIS & LA GESTION

DANS L'ENTREPRISE

DES SERVICES LINGUISTIQUES

LE FRANÇAIS & LA GESTION
DANS L'ENTREPRISE
DES SERVICES LINGUISTIQUES

ACTES DU COLLOQUE

organisé
conjointement par

l'Association des conseils en francisation du Québec

le Centre de linguistique de l'entreprise

le Conseil de la langue française

la Société des traducteurs du Québec

Montréal

8 et 9 avril 1986

Le contenu de cette publication
a été préparé sous l'autorité du
Comité organisateur du colloque.

Cette édition a été produite par
le Service des communications du
Conseil de la langue française.

Dépôt légal - 3e trimestre 1986
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-16444-X

TABLE DES MATIÈRES

COMITÉ ORGANISATEUR 8

AVANT-PROPOS 9

I PRÉSENTATION DU THÈME DU COLLOQUE
Par Aline Manson, présidente du colloque 13

II ALLOCUTIONS D'OUVERTURE : LES NOUVEAUX DÉFIS DU FRANÇAIS DANS L'ENTREPRISE : DEUX POINTS DE VUE 17

La langue française dans les entreprises de demain
Par Jean-Claude Corbeil 19

Les nouveaux défis du français dans l'entreprise
Par Jean-Paul Létourneau 25

III CONFÉRENCES : L'INFLUENCE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LA COMMUNICATION 35

Le virage technologique peut-il se faire en français?
Par Claude Beauregard 37

Informatique et bureautique : un gain pour le français?
Par Yves Leblanc 47

TABLE DES MATIÈRES (suite)

IV CONFÉRENCES ET ATELIERS : LA QUALITÉ DE LA COMMUNICATION EN ENTREPRISE : L'OFFRE ET LA DEMANDE 53

Le produit de l'enseignement
Par Jacques Leclerc 55

Le point de vue de l'entreprise
Par Gilles Bibeau 63

Le point de vue des services linguistiques
Par Robert Dubuc 71

V SYNTHÈSE DES ATELIERS 77

VI CONFÉRENCES ET ATELIERS : LA GESTION LINGUISTIQUE DE L'ENTREPRISE : VERS UN NOUVEAU PARTAGE DES RÔLES 83

Le point de vue de la direction de l'entreprise
Par Julien Houle 85

Le point de vue des services linguistiques
Par Claude Azuelos 91

Le point de vue des travailleurs
Par Mona-Josée Gagnon 97

TABLE DES MATIÈRES (suite)

VII SYNTHÈSE DES ATELIERS 103

VIII TABLE RONDE : LES VOIES DE L'AVENIR POUR LES COMMUNICATIONS EN FRANÇAIS DANS L'ENTREPRISE ... 113

IX CONFÉRENCE DE CLÔTURE : AUTOUR D'UN PROVERBE CHINOIS Par Jean Martucci 149

LISTE DES PARTICIPANTS 161

COMITÉ ORGANISATEUR

ASSOCIATION DES CONSEILS
EN FRANCISATION DU QUÉBEC

François GAUTHIER
Viviane JULIEN, Compagnie de la
Baie d'Hudson
Maurice GUÉRIN, Air Liquide

CENTRE DE LINGUISTIQUE DE L'ENTREPRISE

Ludmila de FOUGEROLLES, CLE
René DESCHAMPS, Bell Canada

CONSEIL DE LA LANGUE FRANÇAISE

Michel AMYOT
Pierre CARRIER
Jacques MAURAIS

SOCIÉTÉ DES TRADUCTEURS DU QUÉBEC

Claire LAMY, Hydro-Québec
Aline MANSON, Secrétariat d'État
Présidente du colloque
Nicole VACHON,
Coordinatrice du colloque

AVANT-PROPOS

Avant-propos

La présente publication réunit les textes des communications, des synthèses des ateliers et des interventions au colloque, tenu les 8 et 9 avril 1986.

Ce colloque fut une première à bien des égards. En effet, ce fut la première fois que l'Association des conseils en francisation du Québec, le Centre de linguistique de l'entreprise, le Conseil de la langue française et la Société des traducteurs du Québec s'associèrent pour organiser un colloque. Le programme mis au point fut axé sur la diversité : variété des sujets et diversité des milieux dont proviennent les conférenciers, les animateurs et les participants à la table ronde.

Nous désirons remercier le Conseil de la langue française d'avoir accepté de publier les actes de ce colloque.

PRÉSENTATION DU THÈME DU COLLOQUE

Présentation du thème du colloque

ALINE MANSON

Présidente du colloque

**Chef de la section juridique de la
Direction des Services du Québec (Secrétariat d'État)**

C'est sous le signe de la diversité et de la collaboration que s'est tenu, les 8 et 9 avril 1986, le colloque intitulé «Le français dans l'entreprise et la gestion des services linguistiques». Née du besoin de réfléchir sur la gestion des services linguistiques dans l'entreprise, l'idée d'un colloque fut lancée et élaborée pour mener à l'établissement d'un programme de discussion et de réflexion sur le français dans l'entreprise et la gestion des services linguistiques.

Quatre organismes, l'Association des conseils en francisation du Québec, le Centre de linguistique de l'entreprise, le Conseil de la langue française et la Société des traducteurs du Québec ont uni leurs idées et leurs efforts pour organiser ce colloque. Ces quatre organismes oeuvrent dans le domaine linguistique, mais suivent chacun des orientations différentes et interviennent selon des modes différents.

En raison de leur communauté d'intérêts, ils ont ressenti le besoin de regrouper leurs membres pour réfléchir, dans une optique concrète, sur les défis tant économiques et financiers que techniques que nous rencontrons aux niveaux national et international. Ils ont souhaité analyser la qualité de la communication en entreprise en confrontant le produit de l'enseignement, les attentes de l'entreprise et le point de vue des services linguistiques. De cette confrontation, peut-il naître un nouveau partage des rôles entre les intervenants au dossier, une volonté d'action, de collaboration ou d'interaction? Qu'en est-il des voies de l'avenir des communications en français?

Pour répondre à ces questions, le comité organisateur du colloque a suscité la rencontre de cinq catégories d'intervenants : la direction de l'entreprise, les services linguistiques, les travailleurs, le monde de l'enseignement et les organismes gouvernementaux. Ces intervenants, qui ont de la même réalité des perceptions différentes, ont abordé les thèmes sous des éclairages intéressants, ce qui a incité les participants à élaborer un certain nombre de recommandations pour assurer l'avenir du français dans l'entreprise et la bonne gestion des services linguistiques.

ALLOCUTIONS D'OUVERTURE

Les nouveaux défis du français dans l'entreprise : deux points de vue

La langue française dans les entreprises de demain

JEAN-CLAUDE CORBEIL

Secrétaire général du CIRELFA

Pour traiter de l'avenir du français dans les entreprises du Québec, le plus judicieux est certes de se placer dans la même situation que les entreprises elles-mêmes : elles oeuvrent au Québec, éléments d'une communauté politique et linguistique particulière ; elles sont profondément intégrées à l'économie nord-américaine, donc davantage influencées par le courant Nord-Sud, Canada - Etats-Unis, que par le courant Est-Ouest, au travers du Canada, sauf peut-être des relations plus étroites avec l'Ontario ; enfin, elles s'ouvrent de plus en plus au commerce international, partout où il y a un contrat avantageux à signer, en concurrence ouverte avec toutes les autres entreprises. Ce qui veut dire que nos entreprises doivent se définir une politique linguistique adaptée aux circonstances et qu'elles subissent et subiront des pressions très diverses, selon les intentions ou les exigences de leurs clients et partenaires. Les exigences de la Charte de la langue française ne sont qu'un aspect de la question, elles-mêmes soumises aux mêmes pressions. Voilà, en somme, la question qu'on nous propose d'explorer ce matin.

Je vous offre pour ma part trois orientations de réflexion : l'adéquation des principes de la Charte de la langue française à l'avenir immédiat des entreprises installées au Québec, la pression de l'anglais dans l'économie mondiale, enfin la pression de la langue anglaise dans les communications économiques en Amérique du Nord.

Les dispositions de la Charte de la langue française découlent de la distinction entre communications internes et communications externes dans l'ensemble des communications de l'entreprise.

La langue des communications internes est définie de par le jeu d'un double principe : principe de l'emploi généralisé du français comme langue usuelle et commune des communications au Québec, principe de l'emploi circonstancié de l'anglais ou d'une autre langue soit pour certaines fonctions, soit pour certains services au sein de l'entreprise, après entente avec l'Office de la langue française dans le cadre des programmes de francisation. Indépendamment des modalités d'application de ces principes, notamment quant au libéralisme éventuel de l'Office de la langue française à l'égard de l'usage de l'anglais, je pense pour ma part que ces dispositions sont adéquates à notre situation économico-linguistique et propres à définir une règle de conduite réaliste et efficace pour les entreprises. Je crois même qu'elles pourraient s'appliquer à d'autres situations de concurrence linguistique interne et devenir une pratique mondiale généralisée. J'y reviendrai par la suite.

La Charte de la langue française laisse aux entreprises le choix de la ou des langues des communications externes. D'après ce que l'on peut observer, le choix de la langue anglaise est la règle générale, sauf exigence particulière des partenaires économiques.

En fait, nos entreprises doivent faire face à deux phénomènes distincts.

D'une part, tout le monde le sait, la langue anglaise domine l'univers des affaires, comme langue commune mondiale des communications externes de chaque pays, y compris la France, *a fortiori* le Canada et le Québec. La pression de l'anglais est donc constante dans tous les pays et favorise l'usage de cette langue dans les communications internes, en concurrence directe cette fois-ci avec la ou les langues nationales. Cependant, d'autres langues ont aussi vocation de langues internationales, par exemple l'espagnol, l'arabe et le français. Des univers économiques et linguistiques particuliers et clairement délimités existent donc en conséquence, dont la taille et la vitalité varient beaucoup face aux univers économiques où l'anglais est langue de communication interne, comme les Etats-Unis ou l'Angleterre. La prédominance de l'anglais n'est donc pas aussi incontestable qu'on pourrait le croire à première vue. Il s'agit plutôt de concurrence

entre quelques langues à vocation mondiale, selon un mode de complémentarité qui découle du besoin d'une langue commune pour les communications externes. On peut donc penser qu'à l'intérieur d'un ensemble de pays ayant en commun la même langue, cette langue sert normalement de langue de communication externe, alors que l'usage de l'anglais sert aux contacts inter-zones linguistiques. De ce fait, la situation des entreprises du Québec sur le plan mondial est très favorable, puisqu'elles peuvent participer à deux macro-espaces économiques, l'un de langue anglaise, l'autre de langue française. L'usage de la langue française nous ouvre tout naturellement les marchés des pays dits francophones, que nos entreprises ont commencé de pénétrer depuis une dizaine d'années. A cet égard, le Québec a tout intérêt à favoriser la création d'un espace économique mondial de langue française, donc à maintenir et à développer l'usage de la langue française dans tous les secteurs économiques, et surtout dans les secteurs de pointe, autant que possible en collaboration avec la France. Notre participation au Sommet francophone prend ainsi son sens et son importance, de même que les travaux terminologiques en langue française, ceux des entreprises et ceux de l'Office de la langue française, qui, après avoir été menés pour nos propres besoins de francisation, doivent maintenant s'orienter vers le maintien de la vitalité scientifique et économique de notre langue, comme langue de relations économiques internationales. *A contrario*, nous n'avons rien à gagner à l'étiolement de l'espace économique de langue française, la France encore moins. La règle de conduite souhaitable de nos entreprises me semble évidente : solidarité linguistique et terminologique avec les entreprises françaises, mais concurrence économique vigoureuse et conforme aux règles du marché de la libre entreprise. Nous devrions maintenir le leadership que nous avons encore en matière de terminologie et d'exigence de l'usage du français.

D'autre part, on observe un peu partout l'affirmation des langues nationales et l'intention de les utiliser de plus en plus dans les communications internes. Au début, ce mouvement avait sa source dans l'affirmation de l'identité nationale, mais on note aujourd'hui une tendance à prendre conscience de l'importance de l'usage de la ou des langues nationales dans la stratégie de développement, donc comme langue(s) des communications internes dans les domaines économiques et administratifs. Ainsi, nos entreprises se trouvent confrontées à l'usage de langues en apparence ésotériques, comme l'arabe, le chinois ou les langues africaines, de par les exigences de chaque pays quant à l'implantation d'un contrat industriel ou d'un programme de développement sur son sol. Il s'agit d'une exigence nationale qui ressemble beaucoup à celle du Québec face à l'anglais. C'est pourquoi nous pensons que les

principes de la Charte de la langue française pourraient très bien s'adapter à d'autres situations linguistiques et permettre la cohabitation des langues nationales et des langues européennes des pays développés d'une manière harmonieuse et acceptable pour les citoyens de ces pays. Nos entreprises devraient être sensibles aux réclamations linguistiques nationales et promouvoir des formes de colinguisme sur le modèle de ce que nous essayons de faire ici.

Ce qui nous amène à notre troisième et dernier point, ce fameux «ici» qui signifie à la fois le Québec et l'Amérique du Nord.

Pour l'instant, nous sommes très particuliers en Amérique du Nord, où nous sommes les empêcheurs de tourner en rond. Les fameux irritants dont on parle tant au sujet de l'application de la Charte de la langue française, c'est nous à l'échelle du Canada et des Etats-Unis. Les grands-mères qui réclament l'unilinguisme du Canada sont de cet avis.

Rien n'est jamais, ni se sera jamais définitif dans la politique linguistique du Québec.

Les Québécois de langue française ont tendance à examiner le problème d'un point de vue européen, c'est-à-dire en jugeant normal l'usage de plusieurs langues et en concevant qu'il s'agit uniquement d'en déterminer les modalités d'emploi selon les domaines de communication. Ainsi a été conçue la Charte de la langue française, d'où des pratiques différentes selon qu'il s'agit de l'enseignement, de l'affichage public, de la langue du commerce ou du travail. Certains Canadiens, et les Américains en général, conçoivent les choses d'après le modèle américain, c'est-à-dire l'affirmation d'une seule et même langue pour tout le monde et pour toutes les communications institutionnalisées, en accord avec le vieux modèle jacobin de la France révolutionnaire.

Nous sommes donc en présence de deux théories d'organisation linguistique, le multilinguisme et l'unilinguisme systématisés. Ces deux modèles sont susceptibles, l'un et l'autre, de servir de pôles pour la définition de notre avenir.

D'un côté, nous ne pouvons pas être certains de l'allégeance des générations futures aux réclamations et principes qui ont amené notre société à définir la politique linguistique actuelle, entre 1960 et 1977. La tentation de la facilité est constante, et, pour nous, dans notre contexte, la facilité est l'usage de plus en plus constant de l'anglais, facilité pour les personnes, mais aussi facilité à l'égard de la paix sociale, de par nos relations avec nos concitoyens anglophones du Québec d'abord, du Canada ensuite, des Etats-Unis enfin. La question restera toujours ouverte, le militantisme linguistique devra demeurer vigilant, la lassitude nous guettera toujours, d'autant qu'il est toujours pénible de ne pas être comme les autres, d'être, justement, des militants, donc des irritants.

D'un autre côté, le projet dont on parle de libre-échange entre le Canada et les Etats-Unis est loin d'être explicite quant à l'usage du français. On peut même raisonnablement penser que ce libre-échange augmentera la pression de l'anglais sur le français et que l'appât du gain modifiera les allégeances linguistiques de la part des entreprises québécoises. On peut aussi penser que les entreprises américaines concevront l'obligation de l'usage du français, telle que définie par la Charte de la langue française, comme contraire à la libre concurrence et exerceront en conséquence des pressions politiques et économiques pour les atténuer ou les faire disparaître au profit de l'anglais, notamment en matière de commercialisation des produits. Ce que nous avons observé récemment dans l'industrie de la pêche, du bois de construction ou du porc, où certains programmes fédéraux et provinciaux ont été assimilés par le gouvernement des Etats-Unis à des subventions déguisées, nous laissent prévoir le type de problèmes linguistiques qui pourraient découler d'un libre-échange total entre le Canada et son voisin du sud.

Comme on peut le voir, l'avenir de l'usage du français dans et par les entreprises du Québec n'est pas aussi simple qu'on pourrait le croire de prime abord. Nos entreprises risquent d'être de nouveau coincées entre les aspirations et contradictions des Québécois francophones et les pressions de l'anglais, soit à cause du poids de l'anglais dans les communications internationales, soit à cause de l'influence des sociétés américaines dans l'hypothèse du libre-échange. D'un autre côté, la langue française donne à nos entreprises l'accès à un marché économique qui est la somme des pays où la langue française est utilisée et qu'elles ont à peine entamé. Enfin, nos entreprises doivent faire face aux

exigences linguistiques de leurs partenaires, en ce qui concerne l'usage des langues nationales comme langue de travail, de gestion ou de communication.

En conclusion, nous sommes en train d'assister à la naissance d'un nouveau monde économico-linguistique international, aujourd'hui encore en gestation, mais dont on peut penser qu'il sera beaucoup plus multilingue et beaucoup plus nuancé dans ses pratiques linguistiques que la première version du monde industriel, dominé par les quelques langues européennes dans lesquelles l'Europe s'est industrialisée au XIX^{e} siècle.

Les nouveaux défis du français dans l'entreprise

JEAN-PAUL LÉTOURNEAU

Vice-président exécutif,
Chambre de Commerce du Québec

L'enthousiasme qui m'animait à l'idée d'avoir l'avantage de venir vous entretenir de mes pensées sur le sujet de votre colloque a été tempéré récemment lorsque, au moment de rédiger mes notes, j'ai trébuché sur ce vers de Boileau :

> «Surtout qu'en vos écrits la langue révérée
> Dans vos plus grands excès vous soit toujours sacrée».

Que voilà des paroles dégrisantes pour un profane de ces sciences que sont les vôtres, entraîné en ce forum pour oser vous présenter un texte sur la langue française et ses problèmes. C'est ainsi que j'ai réalisé combien il était facile de faire plutôt partie du problème que de la solution.

Vous serez donc témoins dans les minutes qui vont suivre de mes efforts désespérés pour relever un défi que seul mon increvable optimisme m'a permis de venir affronter devant vous.

QU'Y A-T-IL DE VRAIMENT NOUVEAU?

Tout d'abord, je dois vous avouer qu'en y réfléchissant, je me suis convaincu que les vrais défis du français aujourd'hui n'ont pas vraiment un grand caractère de nouveauté. Permettez-moi d'entrée de jeu de prétendre qu'ils ne sont que la continuation

sous des formes différentes des défis constants et historiques de toute langue, en fait de tout ce qui vit, de s'adapter rapidement et avec souplesse aux changements constants de son environnement.

LE SYNDROME DE L'INSTANTANÉ

Une fois lancé dans les prétentions, j'en commets tout de suite une seconde, c'est qu'on dramatise trop facilement la situation du français dans notre société. Nous sommes trop facilement victimes de l'instantané, de l'image choisie pour choquer ou pour provoquer.

Cela se produit à chaque fois que l'oeil de la caméra de télévision magnifie et nous lance brutalement au visage des prises de vue captées sous l'angle le plus désastreux et éclairées du sombre le plus éclatant. Le lendemain, les grosses manchettes des journaux redonnent du momentum à notre vague d'indignation. Mais très vite d'autres malheurs actuels ou potentiels viennent remplacer ceux de la langue française. Nous en avons ainsi plein la vue et plein les oreilles selon une ration quotidienne bien agencée de toutes sortes de situations plus émouvantes, plus urgentes, plus troublantes, plus révoltantes que la veille. C'est comme observer une forêt tropicale uniquement avec une loupe, un corps humain avec un microscope électronique. Vous n'avez pas de perspective d'ensemble, vous ne voyez qu'une série de choses passionnantes mais toutes marginales et déconnectées les unes des autres.

Il est ainsi bien difficile d'établir des priorités qui durent suffisamment pour que nous puissions y consacrer assez d'attention et de ressources pour améliorer la situation déplorée choisie, soit la qualité du français parlé ou écrit.

Non seulement sommes-nous bousculés émotivement par des explosions de sensibilisation suivies de ce qui nous apparaît de désespérantes périodes d'indifférence, mais lorsque le sujet devient chaud, il arrive trop souvent que l'attention n'est pas attirée au bon endroit. Comme en bien d'autres situations, la population est bouleversée par les conséquences mais n'a pas le temps de jeter le regard inquisiteur nécessaire sur les causes.

Une poignée d'experts et de gens vraiment impliqués et réfléchis le savent mais ce ne sont pas eux qui tiennent les caméras ou qui écrivent les manchettes. Ainsi, suite aux enquêtes de La Presse, présentement la population est portée à blâmer l'incapacité des professeurs de français au Québec. Mais combien savent, par exemple, que trop souvent dans notre système, le français n'est pas enseigné par des professeurs de français et que personne au ministère de l'Education où il y a trop de monde, ni même à l'école où il n'y en a pas assez, ne sait exactement quels types de cours de français sont vraiment enseignés et avec quelle technique. Dans les salles de cours, le professeur est seul maître après... le syndicat et ses élèves.

DE L'INSTANTANÉ À LA PROCHAINE ÉLECTION

Une tendance très répandue consiste aussi à regarder ces situations à court terme, à beaucoup trop court terme. A peine a-t-on détecté un problème que la pression sociale créée par la dramatisation qu'en font les médias exige : a) un bouc émissaire ; b) une solution immédiate. Il faut montrer des progrès au prochain rapport annuel, mettre sur pied de nouveaux programmes avant les prochaines élections et ainsi de suite.

Même en convenant de cas d'urgence, les correctifs à apporter à des déficiences résultant de décennies d'inaction ou d'indifférence ne peuvent pas en général être corrigées à court terme.

DE LA PERSPECTIVE S.V.P.

Pour donner une autre dimension à ce propos, imaginons pour un instant que le présent colloque ait été convoqué ici même, il y a deux cents ans, soit en 1786. Quelles bases et quelles perspectives de l'usage du français dans les affaires ceux qui auraient occupé cette tribune auraient-ils pu dégager? L'élite française avait quitté le pays, le commerce était anglais. Point, à la ligne.

Rapprochons-nous d'un siècle, en 1886. Qu'en était-il alors du français dans les affaires au Québec? À Montréal, Trois-Rivières, Québec, Sherbrooke, les affaires se faisaient toujours en anglais et les entreprises étaient dans une très forte proportion possédées, dirigées et gérées en anglais. Les bases de l'usage du français en affaires commençaient timidement à se manifester mais l'avenir n'était certes pas encourageant.

Soyons plus contemporains, retournons seulement 50 ans en arrière, en 1936. Quelles étaient alors les perspectives d'usage du français dans les affaires et ses défis? Encore une fois, la situation que nous connaissons aujourd'hui était inimaginable. Les entreprises étaient encore en très grande majorité propriété d'anglophones et la langue de travail et du commerce était l'anglais même pour les **clients** francophones dans la plupart des grands magasins. Mais il y avait déjà des progrès.

Ce que nous observons aujourd'hui comme base d'usage du français et comme progression par rapport au passé a dépassé l'imagination la plus fertile de ceux qui nous ont précédés jusqu'à il y a à peine trente ans. C'est ce genre de perspective, d'évaluation et d'évolution dans le temps de l'objet fondamental de nos préoccupations d'aujourd'hui qu'il m'apparaît nécessaire de garder à l'esprit en abordant ce sujet : les défis du français dans l'entreprise en 1986.

TOUT D'ABORD ET FINALEMENT : SOMMES-NOUS FIERS DE NOTRE LANGUE?

La valeur la plus fondamentale que j'ai pu découvrir pour assurer le progrès de la langue française, dans l'entreprise comme ailleurs, c'est **la fierté individuelle** de s'exprimer en français. Et nous avons toutes les raisons d'avoir une telle fierté. Comme toutes les grandes langues internationales passées et actuelles, du grec à l'anglais en passant par le latin, le français est une belle langue, riche et flexible. La seule preuve nécessaire se trouve dans le fait qu'on l'emploie depuis plus de dix siècles et qu'elle s'est taillé une place de premier plan dans la communication internationale. Seuls ceux qui ne maîtrisent pas le français ne comprennent pas cela... et encore! Il y a beaucoup de non-francophones qui envient le statut du français dans le

monde compte tenu du fait qu'il n'y a que 80 millions de personnes dont c'est la langue maternelle, soit moins de 2 % de la population mondiale. Ce statut international du français n'est donc pas un effet du hasard. C'est celui du génie et de l'excellence de ceux qui nous l'ont transmis.

La fierté d'être francophone est la clé du progrès du français chez nous et ailleurs. Si cette fierté était plus répandue :

- Les francophones exigeraient encore en plus grand nombre comme clients d'être servis en français partout où cela est raisonnable... et iraient acheter ailleurs lorsque cette condition n'est pas remplie. Nous savons tous qu'il nous reste encore à faire en cette seule matière.

- Les francophones s'exprimeraient beaucoup plus souvent en français lorsqu'ils s'adressent à tout rassemblement de Québécois ou de Canadiens surtout lorsqu'il y a traduction simultanée. Encore ici que de manques de fierté et que de concessions humiliantes à un soi-disant pragmatisme à sens unique.

- Les francophones n'accepteraient pas des manuels d'utilisation qui ne soient rédigés en français pour les machines, outils, équipements et appareils domestiques qu'ils achètent. J'entends dire que même le gouvernement du Québec en ce domaine, par négligence ou autrement, n'obtient pas 50 % de ces documents en français pour ses propres achats.

- Les francophones du Québec s'élèveraient en masse contre le fait que tant de leurs lois et règlements soient si mal rédigés, soient écrits dans une langue obscure et compliquée qui fait injure au français.

- Les parents francophones s'insurgeraient contre la piètre qualité de l'enseignement du français à leurs enfants dans la plupart de nos écoles.

- Les parents francophones seraient plus soucieux de la langue parlée par leurs enfants et leur transmettraient cette fierté de leur langue, principalement par l'exemple.

Ce sont peut-être là des objectifs que d'aucuns pourraient qualifier de naïfs. A ceux-là, je lance le défi de trouver une motivation plus efficace, plus réelle et plus durable.

D'autre part, je tiens à préciser que le type de fierté dont je parle ici n'est pas un sentiment, comme il se voit heureusement de moins en moins, inspiré par le désir de se venger, de mépriser ou de diminuer celui qui parle anglais ou une autre langue. Au contraire, c'est une fierté basée sur le respect de l'autre et de soi-même et le désir d'un accomplissement personnel intégral.

***

AH OUI! LES TECHNOLOGIES NOUVELLES...

On m'a demandé de traiter aussi du défi que les technologies nouvelles posent pour le français. Evidemment que les technologies nouvelles qui nous arrivent en anglais posent au moins un problème de traduction, problème qui n'est pas encore résolu de manière satisfaisante. Mais l'ordinateur peut écrire ou parler en français comme en anglais ou en japonais. Les Japonais nous l'ont démontré de brillante façon dans leurs voitures qui parlent à leur conducteur en français lorsqu'on le demande. General Motors a aussi des ordinateurs qui parlent français.

Les programmes d'ordinateurs, la base des nouvelles technologies, peuvent être traduits et, ce qui est encore mieux, conçus en français. Dans les deux cas, ça se fait déjà. Nous avons chez nous les ressources humaines capables de le faire et qui en ont donné des preuves prometteuses.

Ma réponse est donc : cherchons positivement, intelligemment et avec imagination la meilleure adaptation. Soyons créatifs et arrêtons de vivre dans la crainte ou la rancoeur.

QUAND LA GRANDE ENTREPRISE FAIT ÉCOLE

Lorsque la grande entreprise fait de la francisation, les retombées non seulement sur les autres entreprises mais sur tout le secteur de la population impliquée est très significatif. La haute qualité du français du catalogue de Canadian Tire, par exemple, a eu des retombées importantes sur la qualité du français des catalogues et autres publications des entreprises compétitrices et sur la langue de travail des commis au comptoir de Canadian Tire, des mécaniciens de Canadian Tire, des clients de Canadian Tire et parce que ce catalogue est diffusé en tellement grande quantité, sur la qualité de la langue d'une bonne partie de notre francophonie. J'oserais même dire que c'est tout un pan de notre parler français qui a été épuré d'une pléthore d'anglicismes et a pris le virage technologique en bonne partie à cause de cet instrument.

AH NON! PAS ENCORE DES LOIS

Un autre sujet que l'on m'a suggéré d'aborder ici est celui de la diminution relative de la pression linguistique et de la motivation des cadres et des travailleurs.

Je soupçonne ici que plusieurs voudraient renforcer les lois existantes par d'autres dispositions moins poreuses et plus contraignantes, d'où mon exclamation en sous-titre.

Je n'aurai à ce propos que quelques observations qui en recouperont d'autres déjà exprimées et à venir.

Oui, il y a diminution relative de la pression législative sur l'usage du français chez nous. Oui, cela amène à certains

endroits des «trous» dans l'usage du français soi-disant obligatoire. Cela ne m'effraie pas. Si on s'exprime en français seulement à cause des menaces de la loi, c'est une situation fausse et honteuse pour nous. Les conditions principales qui vont faire que nous continuerons à nous exprimer en français et à faire respecter notre langue, ce sont la force économique que nous exercerons dans le marché par notre poids en nombre, celle de notre pouvoir d'achat, celle de notre capacité d'excellence selon des normes internationales et surtout la force de notre fierté de nous exprimer en français partout où notre amour-propre l'exige. Si nous ne savons faire cela, nous ne méritons pas ce riche héritage culturel et nous sommes de mauvais gardiens de ce patrimoine inestimable. Mais je n'ai pas là-dessus d'obsessions pessimistes. Bien au contraire. Je reviens à la perspective du début de mes propos : il y a deux siècles, un siècle, un demi-siècle, voire aussi près que trente ans, la situation du français que nous vivons aujourd'hui était inimaginable.

ARRÊTONS D'AVOIR PEUR

La communauté francophone québécoise a maintenant dépassé le poids critique qui assure sa survivance comme entité, elle possède ses institutions essentielles d'éducation, de recherche, de communication, de finances, de commerce et d'industrie. Elle est en compétition et en contact quotidiens avec le reste du monde dans tous ces domaines. Elle est en voie de trouver ses créneaux d'excellence. Je ne vois pas pourquoi nous devrions continuer d'entretenir nos vieux complexes d'incapacité. Il nous reste tant à faire que nous pouvons faire. Arrêtons d'avoir peur et faisons-le.

Cela étant dit, peut-être pourrions-nous nous pencher quelques instants justement sur ces choses à faire maintenant. Mais tout d'abord, éliminons de notre esprit cette hantise de la dominance de l'anglais dans la nouvelle technologie et finalement dans notre environnement nord-américain et même international. C'est une réalité inéluctable pour le moment. Apprenons à nous y accommoder et concentrons nos efforts à faire progresser le français dans cet environnement. C'est encore une fois une question d'attitude.

SANS CULTURE, PAS DE RÉCOLTE

Nous avons un besoin urgent dans l'entreprise de plus de personnes fiables pour la communication écrite en français. On entend par là des personnes dont la communication écrite est claire, logique, facilement compréhensible c'est-à-dire la plus simple possible, fidèle dans la transmission des faits et des idées et qui sera comprise sensiblement de la même façon par toutes les personnes auxquelles elles s'adressent. Evidemment, il s'agit là d'un objectif idéal auquel on n'atteint que très rarement. Ce n'en sont pas moins des qualités très recherchées dans l'entreprise.

Pour aider à mieux cerner les éléments de solution à la satisfaction de ce besoin, je me permettrai ici quelques observations profanes :

- La quantité relative de personnes fiables pour la communication écrite diminue dans l'entreprise. On va souvent chercher cette compétence à l'extérieur. Des consultants sont engagés non seulement pour écrire le rapport annuel et des discours du président mais pour aider à résoudre des problèmes de gestion, par exemple, parce qu'on n'a pas confiance aux personnes de l'intérieur et à leur capacité de présenter un rapport écrit, bien fait et présentant des recommandations claires et bien articulées.

- La moyenne d'âge des personnes fiables pour la communication écrite augmente. On observe cependant depuis quelque temps de façon sporadique, des jeunes qui arrivent sur le marché avec une bonne compétence. C'est comme si l'on avait raté une génération au niveau de la production.

- Les personnes fiables pour la communication écrite ont dans une forte proportion reçu leur formation linguistique dans une institution privée d'enseignement.

- Le manque de formation linguistique adéquate semble relié à des déficiences dans les facultés de conceptualisation et de raisonnement ainsi que dans la capacité de synthèse des personnes ainsi dépourvues.

- Plusieurs diplômés de collèges et d'universités ne trouvent pas d'emploi à cause de leur manque flagrant de capacité de bien rédiger en français.

- Plusieurs employeurs dénotent chez leurs employés et cadres un phénomène d'inculture dont l'origine pourrait être une formation linguistique déficiente. Cette inculture empêche fréquemment la promotion de l'individu dans l'entreprise.

Le défi de progression du français dans la population en général et par voie de conséquence dans l'entreprise en particulier est donc toujours présent. Il revêt des formes maintenant plus sophistiquées mais au fond sensiblement les mêmes.

SANS FIERTÉ, PAS DE PROGRÈS

L'entreprise est certes un lieu important d'usage et de diffusion du français. Mais il ne faut pas s'attendre à ce que les cultures des entreprises en fassent principalement des entreprises de culture. L'entreprise, pour survivre et progresser, doit d'abord répondre et s'adapter aux besoins de ses marchés. S'il n'y a pas dans nos entreprises et surtout dans leurs marchés suffisamment de francophones compétents et fiers de leur langue, le français y progressera moins ou y connaîtra même des reculs.

C'est donc la somme des efforts individuels de chacun de nous ajoutés à notre fierté et à notre amour de notre langue qui conditionneront le plus sûrement la continuation des progrès du français dans notre société.

CONFÉRENCES

L'influence des nouvelles technologies sur la communication

Présidente de séance :
Viviane Julien
Présidente de l'ACFQ

Le virage technologique peut-il se faire en français?

CLAUDE BEAUREGARD

Vice-président adjoint
Affaires publiques, Région du Québec
Bell Canada

Il est souvent judicieux de formuler le titre d'un exposé sous forme de question, car c'est un excellent moyen de rappeler à chacun que la question n'est pas résolue et que sa réponse risque de ne pas être un simple oui ni un simple non.

Le virage technologique est amorcé depuis plusieurs années - on peut parler de quelques décennies si l'on pense à l'informatique - et nous découvrons progressivement un paysage qui n'est ni désolation ni apothéose conquérante en ce qui regarde la place qu'y occupe le français.

Certes, l'anglais domine le paysage, et pour cause : force du nombre des parlants anglais au titre de langue maternelle, force de l'économie américaine, force du nombre des parlants anglais au titre de première ou unique langue seconde. Ces mêmes facteurs, davantage peut-être que la production scientifique qui est probablement mieux partagée, expliquent largement la prédominance de l'anglais dans les échanges scientifiques internationaux, de même que dans les échanges commerciaux.

Et pourtant, il existe des collectivités et des marchés intérieurs importants qui vivent ou devront vivre à l'heure de la technologie, dans la langue du pays. Dans le cas de la langue française, la francophonie constitue un marché international appréciable, que la diversité des cultures nationales fragmente, certes, mais pas davantage il me semble que ce n'est le cas pour «l'anglophonie» que l'on postule être le marché international.

Or, à mon avis, la possibilité de prendre le virage technologique en français repose finalement sur l'existence d'un marché adéquat, c'est-à-dire un marché qui atteigne une masse critique, tant dans son ensemble que pour les fins de produits spécifiques.

Enfin - et je compte démontrer que la chose est possible puisque nous l'avons réalisée à plusieurs reprises chez Bell Canada - il est à notre portée de concevoir, de réaliser, d'utiliser et de vendre des produits technologiques de langue française, dont bon nombre seront par la suite adaptés et adoptés en anglais.

Le fait déterminant et irréductible, c'est qu'une solution ou un produit technologique est adopté en fonction de son efficacité technique et économique. Bien entendu, il peut se faire que son efficacité nécessite que la solution ou le produit puisse être utilisé par des individus parlant une langue donnée. Ce n'est pas d'hier par exemple que les fabricants d'équipement produisent des manuels d'entretien en plusieurs langues, que ces équipements soient de fabrication allemande, japonaise ou hollandaise, voire française ou anglaise.

Mais ce qui intéresse peut-être davantage notre propos aujourd'hui, c'est le domaine technologique le plus étroitement relié à l'émergence de la société de l'information, soit la trilogie informatique - télématique - bureautique. Ces technologies, envahissantes et bénéfiques - et j'aurais pu dire envahissantes **parce que** bénéfiques - seront, si elles ne le sont pas déjà, pratiquement omniprésentes. Et elles parlent, ou écrivent beaucoup! Ces technologies ont une incidence culturelle certaine, et au sens large du terme qui n'est pas notre objet aujourd'hui, et au sens plus restreint de la donnée linguistique.

Ainsi, les innovations en informatique, en télématique et en bureautique touchent à la fois à peu près tout le monde et un nombre croissant de tâches et d'activités.

Au cours des dernières années, quelle entreprise n'a pas vu s'amorcer un projet d'informatisation ou d'automatisation, quel groupe n'a pas conçu de nouvelles méthodes de travail associées à l'informatique? Quel poste de travail n'a pas vu apparaître un quelconque clavier, un écran ou un modem? Qui n'a pas déjà consulté une base de données ou employé la messagerie électronique? Bien entendu, ce n'est pas toujours aussi évident, mais vos échanges téléphoniques, vos transactions bancaires, vos informations télévisées sont tributaires de la technologie numérique commune à notre trilogie des temps présents : informatique, télématique, bureautique.

Le virage technologique est universel : l'informatisation fleurit en Europe et en Amérique du Nord et elle foisonne au Japon, comme chacun sait ; mais elle pousse aussi sur le continent africain et est déjà installée en Amérique du Sud ; il ne faut pas oublier non plus qu'elle se fabrique en Asie du Sud-Est et se multiplie en URSS, et parions que la Chine ne l'ignore pas.

Sans sous-estimer l'emprise des Japonais dans la révolution technologique actuelle, il reste que le géant USA est le foyer du phénomène : ce sont les Etats-Unis qui sont à la fois le point d'origine et le lieu où le plus grand nombre de ressources humaines et financières sont consacrées à la production et à la diffusion massives des nouvelles technologies.

L'influence, l'attraction, la prépondérance des États-Unis dans les domaines de pointe expose le monde entier à une influence, une attraction, une prépondérance d'ordre linguistique. En effet, le virage technologique a une langue dominante : l'anglais.

Les innovations technologiques qui sont mises sur le marché international doivent souvent, pour être concurrentielles, être «anglicisées». En Suède et au Japon, par exemple, on produit et on exporte la technologie en anglais.

Pareille attitude se compare un peu à celle des savants du monde entier qui, pour assurer la diffusion de leurs travaux, choisissent de les publier avant tout en anglais, même dans les revues spécialisées de leur propre pays. Pour la notoriété, pour l'efficacité, c'est le choix le plus logique.

Les pays francophones n'échappent pas à cette situation. À plusieurs reprises, ils ont accusé et accusent encore un certain retard dans la production ou l'adoption des produits de haute technologie, à cause de l'adaptation linguistique qui doit intervenir au préalable. Que l'on songe seulement au célèbre PC d'IBM, qui n'a pu faire son apparition en France que deux ans après la création du PC aux Etats-Unis ; que l'on songe au nombre de logiciels que l'on obtient «un peu plus tard» au Québec parce que la version française n'est pas disponible d'entrée de jeu.

Une prise de conscience a suivi les constatations de ce genre et on assiste maintenant à la réaction, aux efforts de rattrapage pour mettre le français sur la carte de l'électronique.

La situation étant ainsi résumée, je me permets de reformuler ma question de départ : dans quelle mesure le virage technologique peut-il s'effectuer en français?

Dans une entreprise d'envergure comme Bell, active sur le marché international par filiales interposées, consciente de la concurrence, diversifiée dans ses opérations, se devant de servir une très nombreuse clientèle tant chez les particuliers que dans le monde des affaires, de quelle façon les problèmes d'ordre linguistique sont-ils abordés dans leurs rapports avec la technologie de pointe?

Bell est à la fois productrice et utilisatrice de haute technologie. Les instruments de l'informatique, de la télématique et de la bureautique ont envahi ses propres installations en même temps qu'elle a répandu ses produits sur le marché. Le virage technologique se manifeste aussi bien à l'intérieur de l'entreprise dans les outils qu'elle emploie, qu'à l'extérieur, dans les innovations qu'elle propose.

Plusieurs sujets de préoccupation s'en dégagent. L'informatisation des milieux de travail incite-t-elle à travailler en anglais? Peut-on se rallier à la technologie nouvelle et travailler en français? Si oui, au prix de quels efforts? Produire des logiciels en français est-il rentable? Les questions, comme on voit, ne manquent pas.

L'informatisation des milieux de travail peut favoriser l'emploi de l'anglais au détriment du français, **si l'on n'y prend pas garde,** car l'informatisation suppose l'emploi de logiciels, d'affichages, de commandes, de claviers, de manuels d'instructions et d'entretien souvent plus répandus en anglais qu'en français ou conçus et commercialisés avant tout en anglais. La télématique et la bureautique peuvent se mériter les mêmes remarques, car toutes ces technologies sont de même souche.

Pour Bell, le fait d'utiliser et de proposer à sa clientèle la nouvelle technologie en bureautique, en télématique et en informatique ne l'empêche en rien de «fonctionner», de travailler en français. Dans plusieurs cas, il faut l'admettre, pareil résultat n'est pas obtenu sans effort. Et l'effort en question, c'est souvent la traduction, la terminologie ou l'enseignement des langues.

C'est un fait : Bell fait de la francisation massive depuis vingt ans. Elle a commencé bien avant les lois sur la langue officielle. Cet effort de francisation s'est effectué par souci d'efficacité et de rentabilité. En effet, Bell a insisté depuis fort longtemps sur l'importance de communications efficaces, non seulement sur le plan technique, mais aussi sur le plan de la langue.

Depuis 1965, Bell a fait en sorte que son personnel de langue française ait à sa disposition les manuels et les ouvrages de référence dans sa langue. C'est ainsi qu'elle a dû traduire plus de 8 000 formules, des dizaines de milliers de pages d'instructions et de pratiques techniques ou administratives et quantité de cours de formation.

En terminologie, Bell a diffusé à son personnel des outils de travail perfectionnés sous la forme de lexiques et de vocabulaires dans différentes disciplines. On peut mentionner entre autres le Lexique général des télécommunications, le Vocabulaire de la téléinformatique et le plus récent, le Lexique de la bureautique intégrée. Ce dernier a même dépassé les frontières puisqu'il a fait l'objet d'un article dans le journal Le Monde.

L'enseignement des langues, lui non plus, n'a pas été négligé. Dans un premier temps, Bell a permis à des centaines d'employés de langue anglaise d'acquérir suffisamment de connaissances en français pour travailler efficacement dans la langue seconde. Dans un deuxième temps, l'entreprise a pris les mesures voulues pour permettre au personnel francophone de combler ses lacunes en anglais, et aux employés anglophones ou francophones de perfectionner leur langue maternelle.

Toutefois, la francisation ne peut pas se limiter à la traduction, à la terminologie et à l'enseignement des langues. Ces trois activités ne permettent nullement, à elles seules, de garantir que le personnel travaillera en français ou que le virage technologique ne sera pas, en soi, facteur d'anglicisation. Pour mieux comprendre la situation, il faut aller voir comment le personnel travaille, et avec quels outils. Certaines constatations ne tardent pas à se dégager.

Lorsqu'un produit diffusé par Bell ou un logiciel utilisé par son personnel est destiné au grand nombre, c'est-à-dire au public ou à l'ensemble de ses employés, voire à des sous-ensembles numériquement importants, ces produits et outils de travail «parlent français». A titre d'exemples : l'équipement et le logiciel employés par les téléphonistes de Bell sont entièrement en français. Le système d'automatisation de l'assistance-annuaire, aussi, a été mis au point par IBM en français pour le Québec. Bell produit en outre de nombreux systèmes de gestion informatisés qui sont conçus en français.

Il reste que, la plupart du temps, les logiciels destinés à la commercialisation sont d'abord créés en anglais et adaptés par la suite pour la clientèle francophone. Ainsi, les

logiciels du réseau iNet et ceux de la messagerie électronique Envoy 100 sont entièrement francisés. Chaque usager peut obtenir les affichages et donner ses commandes dans la langue de son choix. Pareille souplesse est importante pour des systèmes d'une telle envergure. Le réseau iNet a connu en 1985 un rythme de croissance de 400 %. Envoy 100, pour sa part, compte 23 000 abonnés et augmente sa clientèle de 200 % par année.

Au total, donc, bon nombre de logiciels sont conçus en français ou, du moins, disponibles dans cette langue par le biais de la traduction et de l'adaptation. Voilà une réalisation digne de mention. Travailler en français n'est donc pas nécessairement synonyme de retard lorsqu'il s'agit de technologie de pointe.

Le bilinguisme assorti à la création de produits informatiques, télématiques et bureautiques semble à présent une règle acquise et il est douteux que le mouvement s'inverse et revienne en arrière, comme le croient les pessimistes.

Toutefois, l'anglais, langue universelle de la technologie, a tendance à imprégner à ce point tout le travail touchant au domaine de l'informatique ou de la télématique qu'il existe un risque de le voir se répandre, dans les bureaux, comme langue de rédaction des rapports et des documents ayant trait aux outils informatisés. Et cette situation est encore plus courante lorsque les centres de décision d'une entreprise se situent à l'extérieur du Québec.

La haute direction de Bell Canada est principalement située au Québec. La gestion de l'entreprise au Québec a cours en français tout en adhérant à une politique de service qui veut que les abonnés de l'Ontario et du Québec puissent être servis dans l'une ou l'autre des deux langues officielles du Canada.

Les activités de Bell Canada et des entreprises du Québec ne sont naturellement pas limitées au Québec. Nous sommes en Amérique du Nord et les marchés que nous visons sont nord-américains et internationaux.

Produire de la technologie en français est possible et nécessaire lorsqu'on s'adresse au marché français du Canada ou d'ailleurs, mais la situation et les exigences changent lorsqu'on passe au marché international, lorsqu'il s'agit de se tailler une place de premier plan malgré la concurrence.

Le but premier d'une entreprise productrice de technologie est alors de tenir compte des besoins et des exigences du marché et de présenter ses produits, immédiatement, dans la langue du grand nombre, qui est l'anglais. Il ne faut pas s'étonner donc que, en règle générale, la conception se fasse d'abord en anglais lorsqu'on vise une clientèle internationale.

En définitive, toutefois, cette réalité ne doit pas masquer le fait qu'il est possible de créer et de travailler en français dans les secteurs de haute technologie, **à l'intérieur du Québec**. L'employeur ne devrait jamais perdre de vue qu'on travaille plus efficacement dans sa langue maternelle, et que le fait pour un employé de se sentir respecté dans sa langue est un facteur de motivation appréciable dans un contexte où l'on sait que cela ne va pas de soi, compte tenu des contraintes que l'on sait. On serait mal avisé, toutefois, d'adopter une attitude rigide et de sursauter à la moindre absence d'accent aigu sur les affichages électroniques!

Beaucoup souhaitent une intervention de l'État pour réglementer l'emploi du français dans ces secteurs. Je doute que ce soit l'approche la plus indiquée. Personne ne devrait souhaiter l'imposition de mesures qui entraveraient le bon fonctionnement et l'efficacité du travail de gestion des entreprises, du travail de conception et de commercialisation des produits de haute technologie.

L'État est en mesure, en fait, d'agir de façon beaucoup plus positive, en adoptant un rôle d'initiateur. En se dotant lui-même d'outils informatiques, télématiques et bureautiques, le gouvernement se trouve dans une situation idéale pour stimuler la recherche dans ces domaines et, qui plus est, pour favoriser la production de logiciels français ou l'adaptation française de grands logiciels internationaux.

En pareil cas, de grandes entreprises, dont la nôtre, ne demandent pas mieux que de participer à des projets de recherche et de collaborer à des travaux de francisation dans les domaines les plus importants de la technologie. Et les petites et les moyennes entreprises, quant à elles, ne peuvent qu'y gagner une meilleure place et contribuer à faire du Québec un bon producteur de technologie.

Informatique et bureautique: un gain pour le français?

YVES LEBLANC

Associé, Arthur Andersen et cie

Lorsque l'on désire évaluer l'impact de l'informatique et de la bureautique sur le français, il convient de situer de nouveau le Québec dans son contexte nord-américain. La population francophone du Québec représente environ 1,5 % de la population nord-américaine. C'est donc dire que nous représentons un très petit marché pour les fournisseurs d'équipement et de logiciels majoritairement américains. Qu'en est-il donc de leurs efforts pour courtiser le marché québécois? Nous évaluerons ces efforts selon les trois secteurs d'activités suivants :

- l'infrastructure informatique;
- les logiciels d'application;
- la bureautique dans les services linguistiques.

L'INFRASTRUCTURE INFORMATIQUE

L'infrastructure informatique est cet ensemble d'éléments technologiques tels ordinateurs de grande taille, logiciels d'exploitation, réseaux de communication, etc. Bien que la majorité de ces éléments soit à la portée de l'utilisateur des moyens informatiques, il n'en demeure pas moins que le maintien de cette infrastructure occupe une bonne proportion des travailleurs spécialisés en informatique. Dans ce secteur de l'activité informatique, tout se passe en langue anglaise.

L'équivalent de cette infrastructure en micro-informatique, notamment en matière de logiciels d'exploitation, a reçu plus d'attention. Les fournisseurs ont adapté leurs stratégies de mise en marché afin d'assurer une pénétration de masse ; c'est ainsi qu'une plus grande diffusion de la documentation française a été réalisée. Il est toutefois à noter que malgré la présence de documentation en français, la majorité des systèmes d'exploitation n'existent qu'en anglais.

LES LOGICIELS D'APPLICATION

En ce qui concerne les logiciels d'application, on doit les diviser par type d'utilisateur, soit la grande entreprise et la PME.

Depuis quelques années, la grande entreprise a résolument adopté une stratégie d'achat plutôt que de confection maison. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce revirement de stratégie. D'une part, la quantité (et donc le choix) et la qualité des logiciels commerciaux se sont grandement améliorées durant la dernière décennie. D'autre part, puisque le coût des ressources humaines a considérablement augmenté durant la même période, la confection sur place est devenue tellement onéreuse que ce mode d'acquisition de logiciels est assujetti aux forces du marché.

Les logiciels d'application qui s'adressent à la grande entreprise sont, pour la plupart, produits aux Etats-Unis. La documentation ainsi que le libellé des dialogues avec les usagers sont en langue anglaise. Afin de servir les utilisateurs en français, on procède donc à une traduction du libellé et à des modifications du logiciel d'application afin que les inscriptions sur les écrans de saisie et les rapports soient en français. Aux coûts d'acquisition et d'installation d'un tel logiciel, on doit donc ajouter les frais de traduction, d'adaptation et de mise à jour du libellé. Dans plusieurs cas, on produit également en français une partie de la documentation destinée aux usagers.

Dans le cas des logiciels d'application destinés à la PME, la situation est totalement différente. Que ce soit pour la

micro ou la mini-informatique, le dirigeant de PME peut trouver des produits locaux. Comme dans toute industrie, la qualité fonctionnelle et technique des logiciels offerts de même que la qualité de la documentation et de la mise à jour varient d'un fournisseur à l'autre. Au cours de la dernière année, les conseillers d'Arthur Andersen et Cie ont effectué quelques missions de consultation auprès de PME des secteurs de la distribution et du transport routier. Dans chacun des cas, nous avons été à même d'apprécier la qualité des logiciels et de la documentation produits au Québec. L'industrie des logiciels présente un chiffre de vente de quelque 130 millions par année et emploie actuellement environ 3 000 personnes. C'est une industrie en pleine croissance qui s'attaquera sous peu au marché francophone international.

Au chapitre de la bureautique, et plus précisément du traitement de texte, la nature du marché québécois de la communication écrite a depuis longtemps forcé les fabricants d'équipement et de logiciels à tenir compte du fait francophone. C'est ainsi que les stations autonomes de traitement de texte «parlent» le français depuis longtemps. Les claviers, écrans cathodiques et terminaux d'impression permettent la production de textes avec accents. Il ne faut toutefois pas crier victoire trop rapidement puisque de grands pas doivent encore être franchis. C'est ainsi que les dictionnaires intégrés et les logiciels de vérification orthographe en français ne sont pas légion. Le récent cri de ralliement des praticiens de la bureautique, la station multifonctionnelle, est également loin d'offrir les avantages de son ancêtre, la machine à traitement de texte. Bien que tous les fabricants de micro-ordinateurs annoncent leurs produits comme étant des stations multifonctionnelles (micro-informatique, traitement de texte, bureautique et traitement de données), l'utilisation d'un clavier standard pour la production de textes en français relève parfois de la haute voltige.

En résumé, il se produit un certain décalage entre la mise en marché initiale de certains équipements et logiciels et leur disponibilité en langue française.

LA BUREAUTIQUE DANS LES SERVICES LINGUISTIQUES

Dans plusieurs grandes entreprises au Québec, les services linguistiques ont bénéficié depuis quelques années des moyens informatiques et bureautiques. Que ce soit par le biais de stations reliées à des banques de terminologie ou par des terminaux de traitement de texte, les traducteurs et les spécialistes de la langue ont à leur disposition des outils leur permettant d'augmenter leur rendement et la qualité des produits finis.

C'est ainsi que les traducteurs et les spécialistes de la langue ont été, dans plusieurs cas, des précurseurs dans le domaine de l'utilisation des stations électroniques chez les employés de bureau. La prochaine génération de systèmes de bureautique leur permettra d'échanger des documents avec les usagers par le biais du courrier électronique. Cette fonction réduira considérablement le temps de transfert de ces documents et permettra à une plus grande variété de documents d'être révisés par les services linguistiques. La technologie permettra donc un plus grand rayonnement de ces services dans l'entreprise et contribuera manifestement à freiner la multiplication des ressources affectées à ces services.

UN GAIN POUR LE FRANÇAIS

Ce survol rapide de la situation nous permet de dégager certaines conclusions:

- L'anglais est prédominant dans les travaux et la documentation concernant l'infrastructure informatique.

- Le Québec possède une industrie de développement de logiciels français en pleine expansion. Les débouchés internationaux sont alléchants.

- Même s'il se produit un décalage important entre la mise en marché des versions anglaise et française des logiciels d'application en bureautique, les fournisseurs n'ont d'autre choix que de satisfaire le marché francophone (ou comme disent certains fournisseurs : «le marché canadien-français»).

- Non seulement les services linguistiques des entreprises ne boudent pas la technologie, mais ils ont souvent été les premiers à s'en servir.

En conclusion, si la taille relative du marché québécois ne nous permet pas de profiter des progrès technologiques en français dès leur mise en marché initiale, c'est peut-être là un faible prix à payer pour conserver notre identité dans le monde des communications écrites, tout en demeurant reliés à l'univers technologique nord-américain.

CONFÉRENCES ET ATELIERS

La qualité de la communication en entreprise : l'offre et la demande

Président de séance :
Pierre Georgeault
Directeur, Études et Recherches
Conseil de la langue française

Le produit de l'enseignement

JACQUES LECLERC

Professeur de français, Cégep Bois-de-Boulogne

Je suis très honoré d'être parmi vous cet après-midi et de pouvoir discuter de l'avenir du français dans l'entreprise. Toutefois, je crois qu'il faut être téméraire pour accepter de faire, en dix minutes, la synthèse du produit de l'enseignement du français au collégial. Il s'agit là d'une entreprise hasardeuse et le résultat peut s'avérer discutable pour celui qui s'y aventure : vous devrez accepter le caractère sommaire et peu nuancé de mon intervention. De plus, je dois avouer que je ne crois pas être représentatif du professeur de français typique du collégial, car je ne partage pas la conception que la plupart de mes collègues se font de l'enseignement du français à notre niveau. Je vous laisse donc juges de mon geste que d'aucuns qualifieraient peut-être d'irresponsable.

Je dresserai d'abord un portrait tel que je le perçois du professeur de français ; puis j'aborderai le point de vue des élèves sur leurs cours de français avant de formuler ma propre perception de la situation. Par ailleurs, j'enseigne moi-même au cégep de Bois-de-Boulogne depuis près de 15 ans et j'y ai donné des cours de littérature, de linguistique, de sociolinguistique, de grammaire et de journalisme.

I - LE PORTRAIT DU PROFESSEUR DE FRANÇAIS

On compte environ 700 professeurs de français dans le réseau collégial du Québec. La plupart de ces professeurs enseignent le français depuis à peu près 15 ans. Au moins 80 % d'entre eux ont fait leurs études universitaires en lettres françaises ou

québécoises ; les autres se sont surtout spécialisés en linguistique. De par leur formation, ce sont avant tout des professeurs de littérature, parfois de linguistique, rarement des professeurs de français comme on l'entend ordinairement.

Comme ce sont les professeurs eux-mêmes qui déterminent au collégial les programmes d'enseignement, ils ont adopté des cours massivement axés sur la littérature, le roman, le théâtre, la poésie, la création littéraire, etc. L'enseignement de la langue et de la communication n'a pas de place dans ce système sinon comme objet d'étude ; on enseigne la littérature, à la rigueur quelques théories portant sur la linguistique ou la communication, mais à peu près jamais la langue ou la communication elles-mêmes comme habiletés à acquérir.

Les professeurs de français n'ont jamais accepté de reconnaître des cours de grammaire et d'orthographe dûment constitués au collégial parce que ces cours relèveraient du niveau secondaire. Dans notre jargon, un cours axé sur les pratiques langagières est appelé avec mépris «un cours de service». On refuse même d'adopter des cours de français considérés comme purement utilitaires dans nos cours dits «optionnels» : les étudiants peuvent suivre des cours portant sur les courants littéraires, sur la critique littéraire, l'encyclopédie, le réalisme, le symbolisme, le nouveau roman, sur la bande dessinée et la figuration narrative, sur la Renaissance et le classicisme en France ; en revanche, il leur sera à peu près impossible de suivre des cours portant sur le français des affaires, de l'administration, de la technique, des médias ou des sciences. La plupart des professeurs avouent se sentir peu formés pour enseigner le français «utilitaire» ou spécialisé. Engagé à fond dans la littérature, le professeur de français ne peut que difficilement condescendre à un enseignement aussi terre à terre que celui des habiletés langagières, domaine réservé au niveau secondaire. L'objectif ultime du professeur demeure la formation littéraire de ses étudiants, peu importe l'orientation ultérieure de ces derniers.

Par ailleurs, le professeur de français du collégial ne connaît pas du tout le monde du travail. N'ayant jamais quitté l'école de sa vie, il ignore tout des attentes de l'entreprise. En fait, le monde du travail ne fait absolument pas partie de ses

préoccupations ni de son univers. Il serait même humilié de se faire dire par l'entreprise ce qu'il doit enseigner à ses élèves.

II - LE POINT DE VUE DES ÉLÈVES

Suite à un petit sondage sans prétention auprès de mes élèves, j'ai pu apprendre qu'ils n'aiment généralement pas les cours de français qui leur sont donnés au collégial. Ils n'apprécient pas qu'on leur impose des cours obligatoires qui, pour plusieurs, se révèlent de peu d'utilité. Certains sont convaincus que les cours de français ne correspondent pas à leurs attentes et que les programmes ne sont pas faits pour eux. Voici à ce sujet le témoignage d'une étudiante ; il s'agit là d'un texte intégral.

> *Le professeur de français est généralement un homme. Un homme fatigué par son travail, sans entrain, en un mot un être excessivement ennuyeux. D'un autre côté, l'étudiant du collégial est déprimé à la seule pensée de devoir assister à son cours obligatoire de français. Une heure avant d'aller à l'abattoir, on le voit qui rit, qui joue aux cartes, voire qui fait ses devoirs. Cependant, plus l'heure fatidique approche, plus son échine se voûte, plus son regard devient morne, plus il se demande à quoi lui serviront la littérature québécoise et la linguistique plus tard. À vrai dire, les cours de français obligatoires ne sont pas très animés. Il arrive, plus souvent qu'il ne devrait, que le professeur pose une question à la classe et que personne ne réponde ; non par manque de savoir, mais par manque d'intérêt. Car quelqu'un qui passe dans le couloir et jette un oeil distrait dans cette classe se rend compte qu'il y a plus de regards braqués sur le dessus de la porte que sur le professeur. Il faut préciser que l'horloge se trouve juste au-dessus de la porte.*

Il ne faudrait certes pas généraliser, mais ce jugement est symptomatique d'un malaise certain chez les étudiants. Ceux-ci ne remettent pas tellement en question la compétence de leurs professeurs, mais plutôt l'orientation idéologique d'un enseignement qui fait trop peu de cas des préoccupations et des valeurs

des jeunes. C'est pourquoi, selon beaucoup d'élèves, les professeurs de français ont le malheur d'enseigner une matière qui n'accroche pas la majorité d'entre eux. Ils déplorent aussi que leurs professeurs aiment bien s'écouter discourir sur des théories littéraires de peu d'utilité.

Néanmoins, les étudiants admettent que les cours de français servent à améliorer leur culture et leur créativité, qu'ils constituent aussi un bon moyen d'évasion et d'analyse des auteurs qui se sont évadés avant eux. Bref, même si les professeurs de français connaissent bien leur matière, même s'ils demeurent plus pointilleux que bien d'autres professeurs sur les fautes de langue, ils ne contribuent pas beaucoup à améliorer les habiletés langagières de leurs élèves.

III - MES PERCEPTIONS PERSONNELLES

Les professeurs de français sont, à mon avis, tributaires de leur formation préuniversitaire et universitaire de la fin des années 1960 ; ils sont victimes d'une sorte d'impérialisme littéraire qui s'est exercé depuis plusieurs siècles sur l'éducation occidentale en général et sur l'enseignement de la langue en particulier. On a favorisé, en conséquence, l'exclusivité de la langue littéraire des auteurs célèbres. Lorsqu'ils sont de mentalité européenne, les professeurs valorisent la littérature française (Antoine de Saint-Exupéry, Marcel Pagnol, Boris Vian, Albert Camus) et traitent souvent avec condescendance les oeuvres québécoises ; s'ils sont québécois d'origine, les professeurs ont tendance à se spécialiser dans les oeuvres éprouvées et quelque peu rétro (Maria Chapdelaine, Le Survenant, Bonheur d'occasion) ou idéalisent les vertus de l'oeuvre de Michel Tremblay. En somme, l'enseignement du français au collégial se limite à une perspective massivement littéraire comme si seule la littérature était dispensatrice de culture et d'apprentissage. A mon humble avis, on a perdu le sens des réalités, car la société postindustrielle exigera de ses citoyens des formes à la fois multiples et complexes de la culture, culture au sens plus large du terme.

Pendant ce temps, non seulement les jeunes Québécois ne s'identifient pas à une littérature qui leur semble étrangère, fût-elle québécoise, mais ils ne s'identifient pas non plus à la

cause de leur langue elle-même, n'affichent que peu de fierté pour les réalisations québécoises en général et ne contribuent à peu près pas au développement du fait français dans leurs comportements linguistiques. Certaines données à cet égard me paraissent particulièrement préoccupantes. Selon une étude[1] du Conseil de la langue française :

- environ 38 % des jeunes croient qu'on accorde trop d'importance à la question de la qualité du français au Québec ;

- environ 35 à 40 % disent que «vivre en français n'est pas nécessaire à leur épanouissement personnel» ;

- entre 30 et 40 % croient qu'«il serait plus utile que leurs enfants fréquentent l'école anglaise» ;

- entre 31 et 39 % estiment qu'«il est plus important pour eux d'apprendre l'anglais que de perfectionner son français».

Selon une vaste enquête du ministère de l'Éducation[2], les jeunes Québécois du Secondaire II font «une faute à tous les six mots» ; dans son rapport annuel de 1983-1984, le Conseil supérieur de l'éducation lançait un cri d'alarme devant la «détérioration de la langue maternelle» et concluait à un «constat général de piètre qualité» à ce sujet. On parle aussi de «crise de l'enseignement», d'«état lamentable du français», de «situation catastrophique», de «régression», etc. Au même moment, nos cégépiens passent 180 heures sur un siège à écouter des théories sur l'analyse du roman, l'aspect ludique du langage poétique, les composantes du spectacle théâtral, la spécificité de l'essai littéraire, la fiction narrative, la théorie du signe linguistique chez de Saussure, etc. Les cégépiens s'initient à la création littéraire, mais demeurent souvent incapables d'organiser leurs idées pour faire un plan, d'argumenter de façon logique et structurée, de rédiger une simple lettre d'affaires ou un rapport technique. Ils lisent, pour les besoins de leurs cours, Maria Chapdelaine,

Bonheur d'occasion, Le Survenant, Les Belles-Soeurs, mais ils baignent dans un univers culturel anglo-américain dont le français est relativement absent ; 53 % des jeunes du collégial écoutent la télévision en anglais «au moins 8 fois sur 10», 47 % écoutent la radio en anglais «au moins 8 fois sur 10» et 33 % lisent les journaux en anglais «au moins 8 fois sur 10»[3]. De plus, les étudiants de nos cégeps ignorent à peu près totalement la problématique linguistique qui secoue le Québec depuis plus de deux siècles ; très peu de professeurs font allusion, dans le cadre d'un cours, au déroulement de la francisation qui s'est opérée au Québec depuis deux décennies, ni aux raisons qui ont amené le Québec à se doter d'une politique de la langue française. Les étudiants affirment être davantage informés sur les principaux courants de la littérature québécoise que sur les données essentielles touchant la langue et la société françaises au Québec, au Canada et dans le monde. A mon avis, on met la charrue devant les boeufs.

Je ne crois pas que l'on puisse assurer l'avenir du français au Québec en dispensant un enseignement axé seulement sur la littérature, voire sur le code lui-même, c'est-à-dire la grammaire. On n'apprend pas une langue parce qu'elle est bien enseignée ou qu'on y est attaché sentimentalement, mais pour des raisons fonctionnelles, plus précisément des motifs d'ordre économique. L'enseignement du français au collégial demeure déconnecté de la réalité socio-économique du Québec ; sans lien avec le monde du travail, le français reste un enseignement consacré à la promotion littéraire et à la correction orthographique occasionnelle. C'est pourquoi les propos suivants de M. Michel Plourde, l'ex-président du Conseil de la langue française, me paraissent très judicieux[4] :

> *Si les enseignants de français et les autres enseignants se confinent strictement à leur enseigner la maîtrise de la langue française sans leur montrer la valeur et l'utilité de celle-ci pour la société québécoise et l'importance qu'elle occupe et peut occuper dans le monde, je ne donne pas cher de l'avenir de la langue française au Québec dans l'esprit des jeunes francophones, eux qui n'ont pas spontanément tendance à croire que le français a de l'avenir.*

Les jeunes de nos cégeps se disent très attachés au français, mais dès qu'ils se situent en dehors du cadre scolaire, c'est l'anglais qui compte pour eux. Ils considèrent que le français est la langue du coeur, l'anglais la langue du pain. Malgré les lois linguistiques, les cégépiens sont loin d'être convaincus des progrès substantiels accomplis par le français au Québec comme langue des affaires et de l'économie. Les programmes du collégial continuent de perpétuer le mythe de l'esthétique littéraire, de ses vertus et de ses qualités, en faisant abstraction des réalités socio-économiques, c'est-à-dire des domaines de la finance, du commerce et des affaires, de la science et de la technologie. Comme professeurs, nous laissons croire aux jeunes que la langue sert avant tout comme instrument privilégié d'expression artistique ou comme symbole de l'identité collective des Québécois ; eux, par contre, estiment que la langue sert surtout à communiquer et à gagner sa vie. Quant aux entreprises, je ne crois pas qu'elles font tous les efforts pour montrer aux jeunes la nécessité du français comme langue de travail au Québec. En tous cas, les perceptions des étudiants à l'égard du français au travail sont tenaces : ils croient que l'anglais leur est plus indispensable ; leurs interventions sur ce sujet ressemblent souvent à un plaidoyer en faveur de l'anglais plutôt qu'en faveur du français.

Il faudra un réalignement entre le monde de l'enseignement et le monde du travail. Bien à l'abri dans notre univers clos et sécurisant de l'enseignement, nous choisissons nos priorités et construisons un imaginaire à notre goût ; nous demeurons bien à l'écart des rapports de forces qui ont cours dans la réalité concrète. Le drame, c'est que les professeurs de français viennent d'adopter un nouveau programme incompatible avec les attentes de l'entreprise et ce programme est là pour au moins quinze ans. Le problème reste donc entier ; le nouveau programme ne le résout pas. Bien au contraire, je pense qu'il ne fera que l'accentuer. Tout le reste ne sera que littérature.

RÉFÉRENCES

1. Édith Bédard et Daniel Monnier, Conscience linguistique des jeunes Québécois, tome I, gouvernement du Québec, Québec, Conseil de la langue française, 1981, pp. 64-65-68-71.

2. André Noël, «Chez les élèves du secondaire II : une faute à tous les six mots», La Presse, Montréal, 25 mars 1985.

3. Uli Locher, Conscience linguistique des jeunes Québécois, tome III, gouvernement du Québec, Conseil de la langue française, 1983, p. 77.

4. Michel Plourde, «Éducation et avenir du français au Québec», La langue française au Québec, gouvernement du Québec, Conseil de la langue française, 1985, p. 162.

Les attentes de l'entreprise

GILLES BIBEAU

Coordonnateur de l'enquête sur les attentes de l'entreprise pour le Conseil de la langue française

Il n'y a pas longtemps, moins de dix ans, le titre de cette table ronde n'aurait pas été «La qualité de la communication», mais «La qualité du français». Il y a vingt ans, le titre aurait été «La qualité du français écrit». Et je crois que ce changement n'est pas une banalité : il représente une différence importante quant aux facteurs impliqués et quant aux attitudes. L'expression «qualité de la communication» fait appel à beaucoup plus que la maîtrise de l'orthographe et du style : il fait place à la langue orale, aux interlocuteurs, aux médias, à la «couleur locale», aux qualités personnelles, aux rapports humains...

À cet égard, le titre du colloque fait écho à ce qui se passe dans l'ensemble de la société - où la langue n'est plus un en-soi considéré comme tel, mais plutôt un instrument de communication soumis à de nombreuses autres variables. Et cela est aussi vrai dans le monde du travail que dans celui de l'éducation ou du loisir. Ainsi, ce que j'ai à dire à propos des attentes de l'entreprise ne porte pas uniquement sur la langue, mais sur la communication.

Ma seconde remarque introductive situera la portée de mon intervention dans ce colloque. Les organisateurs du colloque espéraient que l'enquête du Conseil de la langue française sur les attentes de l'entreprise à propos de l'enseignement du français à l'école serait terminée au moment du colloque, ou, en tout cas, serait assez avancée pour que je puisse faire état de ses résultats devant vous aujourd'hui. Malheureusement, ce n'est pas le cas. Pour toutes sortes de raisons aussi incontrôlables et aussi bonnes les unes que les autres, je ne peux vous livrer aujourd'hui

que les conclusions de l'étude préliminaire qui a servi à préparer la recherche et à en établir les instruments (questionnaire et schéma d'entrevues).

L'étude préliminaire a consisté en la préparation d'une problématique générale, en une série d'entrevues de 2 à 3 heures chacune auprès de différents types d'entreprises et en un rapport synthèse (Bilan actuel des travaux auprès de l'entreprise) qui a fait l'objet de discussions à l'intérieur de mon équipe de recherche et au Service des études et recherches du Conseil de la langue française. Rappelons que l'enquête que nous menons dans l'entreprise est une partie d'une enquête beaucoup plus large que nous menons à la fois auprès du monde du travail, des parents, du public en général, des enseignants et des élèves du secondaire. L'enquête globale vise à identifier et à interpréter les opinions des Québécois (perceptions et attentes) sur l'enseignement-apprentissage du français. L'enquête auprès du monde du travail touchera d'un côté les entreprises et de l'autre les institutions (organismes d'administration publique, hôpitaux, municipalités, commissions scolaires...). L'enquête dans l'entreprise ne représente donc qu'une partie de l'enquête dans le monde du travail qui, elle-même, n'est qu'une partie de l'enquête totale.

Revenons à ce qui nous intéresse ici : les attentes de l'entreprise. Je vous parlerai de deux aspects de la question : la situation générale des entreprises par rapport à la communication en français et l'analyse des besoins et des attentes dans l'entreprise.

I - SITUATION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES PAR RAPPORT À LA COMMUNICATION EN FRANÇAIS

Les entrevues préliminaires nous ont fait comprendre rapidement que les besoins de communication en français dans les entreprises variaient considérablement d'une entreprise à l'autre et que ces variables tenaient à des caractéristiques générales des entreprises que nous pouvons pour l'instant fixer à trois : le rapport de l'entreprise à la langue française et au milieu francophone, le lien entre la langue et la production, enfin l'organisation de la communication à l'intérieur de l'entreprise.

Le rapport général de l'entreprise à la langue française

Les entreprises du Québec n'ont pas toutes le même rapport général à la langue française et au milieu francophone. Les unes ont un rapport somme toute assez limité ; les autres ont un rapport spécialisé ; d'autres ont un rapport continu et étendu. Voyons cela un peu plus précisément.

(1) Certaines entreprises de propriété étrangère ou anglophone en ont déjà plein les bras de donner au français un statut minimal. La qualité de la communication en français est moins importante que le fait de parler français. De plus, les exigences de l'anglais sont aussi sinon plus grandes que celles du français et l'on considère qu'on ne peut dépasser un certain seuil puisqu'il s'agit d'une double exigence et que le français est pour ainsi dire une langue seconde. Dans ces cas-là, on compte sur la compétence en français de quelques personnes-clés (secrétaires pour l'écrit, responsables de traduction, cadres et personnels de relations extérieures...) pour satisfaire à la demande de français de la part de l'administration publique ou de la part de la clientèle.

(2) Plusieurs entreprises, surtout des PME, n'ont pas de liens avec la population ni avec une clientèle générale. Ils font affaire avec des clients spécialisés peu nombreux. Dans certains cas, il s'agit de clients québécois, et alors la communication formelle est en français à tous les niveaux ou à peu près ; dans d'autres cas, il s'agit de clients dont une bonne partie se trouve à l'extérieur du Québec, et alors la communication formelle se fait le plus souvent en anglais, laissant la communication informelle se dérouler dans la langue des travailleurs.

(3) Enfin, plusieurs entreprises qui ont des rapports formels étendus avec la population (clients, consommateurs...) attachent une assez grande importance à la qualité du français et s'organisent en conséquence. Ce

sont évidemment ces dernières qui ont le plus à dire à propos de la formation linguistique de leurs employés.

Finalement, l'intérêt que peut avoir une entreprise pour la qualité de la langue française et de la communication en français, de même que les attentes qu'elle peut se permettre d'exprimer ne sont pas indépendants de son statut sociolinguistique, de son origine ou de sa culture de base et, bien entendu, de la quantité de ses rapports avec le milieu.

Le lien entre la langue et la production

Il nous a semblé normal de trouver plus de besoins langagiers et plus d'attentes en matière de qualité de communication dans des entreprises qui ont justement la communication orale ou écrite comme objet de production. Pensons aux journaux, à la radio, à la télévision.

À l'opposé, il est normal de considérer qu'un grand nombre d'entreprises n'ont de la langue qu'un besoin... disons minimal, pour la communication courante.

Hélas, il n'existe pas de typologie linguistique de l'entreprise : la seule typologie qui existe est économique. Il fallait créer une typologie linguistique si l'on voulait tenir compte de cette source de variation dans le rapport de la langue à la production. C'est ce que nous avons fait. En examinant les rapports possibles entre la langue orale ou écrite et la production de biens ou de services, nous avons défini quatre niveaux d'utilisation de la langue par l'entreprise :

(1) entreprises où la langue est elle-même objet direct et principal de production au sens de création proprement dite (journaux, télévision, cinéma, enseignement des langues...)

(2) entreprises où la langue est objet secondaire de production, mais un instrument indispensable à la production sans pour autant être l'objet lui-même de production (édition, contrats, rapports divers, enseignement, etc...)

(3) entreprises où la langue est un instrument significatif de communication interne ou avec l'extérieur (services publics, agences immobilières, d'assurance, etc...)

(4) entreprises où la langue ne constitue ni un objet de production, ni un instrument significatif de communication (administration, textiles, mines, etc...)

Comme un certain nombre d'essais nous l'ont laissé croire, il serait possible de classer la plus grande partie des petites et moyennes entreprises avec cette grille à quatre niveaux.

Dans le cas des grandes entreprises, l'application de la grille n'est pas aussi facile : on retrouve en effet la plupart du temps deux ou trois des niveaux de la grille dans la même entreprise. La grille s'applique mieux aux différentes divisions de l'entreprise (services, établissements...) qu'à l'entreprise au complet. Dans la pratique de l'enquête, il faudra aborder la grande entreprise de façon un peu particulière à cause de sa complexité.

L'idée sous-jacente à la typologie linguistique de l'entreprise est que les entreprises qui produisent du langage et de la communication, de même que celles qui en font un grand usage, ont présumément beaucoup plus de choses à dire sur le sujet que les autres parce qu'elles ont des besoins plus variés et une expérience plus grande. L'enquête doit tenir compte de cette variation.

L'organisation de la communication à l'intérieur de l'entreprise

Même dans les entreprises spécialisées dans la production langagière, et à plus forte raison dans les autres entreprises, les besoins de compétence linguistique chez les employés ne sont pas égaux.

(1) Certains employés doivent non seulement maîtriser le code linguistique oral et écrit à peu près parfaitement, mais être des spécialistes de la question : linguistes, professionnels de la langue, correcteurs, traducteurs, consultants...

(2) Certains autres employés doivent produire des textes, des discours, des exposés, des analyses, des rapports longs et souvent complexes, sans toutefois avoir besoin d'une compétence professionnelle en langue : ce sont des chercheurs, certains cadres supérieurs, des agents de relations extérieures, des publicitaires, des responsables de formation...

(3) D'autres employés doivent posséder des connaissances particulières pour remplir des fonctions particulières en communication ou en langue, comme savoir l'orthographe, savoir les formules d'usage au téléphone, savoir animer de petits groupe : ce sont les secrétaires, les guides, les téléphonistes, les commis de bureau, les vendeurs itinérants...

(4) Enfin, et c'est la grande majorité des employés dans la grande majorité des entreprises, ceux qui n'ont besoin de la langue que pour la communication courante.

Au total, ce serait une erreur grave de traiter toutes les entreprises de la même manière ou de les mettre sur le même

pied et de ne pas tenir compte des trois sortes de variations que notre étude préliminaire nous a permis de dégager.

II - L'ANALYSE DES BESOINS ET DES ATTENTES DANS L'ENTREPRISE

Pour mieux aborder la question de l'analyse des besoins et des attentes dans l'entreprise, il ne serait pas inutile de donner quelques précisions sur l'objet de la recherche que le Conseil de la langue française veut mener. Jusqu'à maintenant, j'ai utilisé deux mots qui constituent les mots-clés de l'enquête : les besoins et les attentes.

À première vue, on pourrait penser qu'il n'est pas nécessaire d'utiliser les deux mots puisque l'enquête porte sur les attentes et qu'on n'a pas l'intention de faire une analyse systématique des besoins de l'entreprise en communication française. Toutefois, les attentes dont il s'agit, ce sont les attentes de l'entreprise à propos des capacités ou compétences linguistiques des jeunes qui se présentent sur le marché du travail et il nous paraît indispensable, comme nous l'avons fait pour d'autres populations où nous menons la même enquête, notamment chez les enseignants et chez les élèves, de savoir quelle sorte de rapport il existe entre ce que les gens attendent et ce qu'ils font ou ce dont ils ont besoin, étant entendu que les deux peuvent être différents. S'il arrivait en effet, comme ce fut le cas en Angleterre, que les besoins de l'entreprise en compétence langagière ne touchent que 5 à 7 % de leurs jeunes employés nouvellement recrutés et, comme les entrevues préliminaires que nous avons conduites dans la région de Montréal nous l'ont laissé croire, s'il arrivait qu'il existe une marge importante entre le discours public, plus ou moins officiel des porte-paroles du monde de l'entreprise, et la réalité des besoins, si l'expression des attentes était trop globale et comme maximalisée alors que la réalité des besoins est beaucoup plus nuancée et distribuée de façon très inégale à travers les entreprises, s'il arrivait qu'une telle marge existe et que notre enquête ne la comble pas, ne la découvre même pas, un vaste pan de notre environnement linguistique, un pan très important du travail, demeurerait caché.

Par ailleurs, une étude systématique et détaillée des besoins de l'entreprise en français dépasserait les objectifs de

l'enquête. Ce que nous croyons pouvoir faire, ce que nous croyons devoir faire, c'est d'obtenir des renseignements généraux sur la distribution des besoins et sur leur niveau ou leur dimension, en même temps que nous ferons prendre conscience à nos interlocuteurs qu'il est préférable de formuler les attentes en tenant compte des besoins ou encore de regarder la situation de plus près avant d'exprimer des attentes.

Pour tout dire, les entrevues préliminaires nous incitent à postuler que, contrairement à ce qu'on entend et compte tenu des variations dont j'ai parlé, il n'y a pas de manque, de trou, de besoins langagiers dramatiques et généralisés qui soient difficiles à combler et qui créent des problèmes sérieux aux entreprises ou plus généralement au milieu du travail. Il y a dans les affirmations de certains représentants une généralisation à l'ensemble des entreprises et/ou, à l'intérieur des entreprises, une généralisation à l'ensemble des emplois, d'un problème ou de besoins limités à des entreprises particulières et/ou à des niveaux particuliers et restreints à l'intérieur des entreprises.

Ce que nous cherchons à faire ne se limitera donc pas à demander aux entreprises ce qu'elles attendent de l'école dans le domaine de la formation linguistique. Nous chercherons également à comprendre comment l'entreprise communique, comment ses besoins sont distribués, si ses employés doivent absolument posséder un savoir ou un savoir-faire linguistique dans l'exercice de leurs fonctions, quels sont les critères linguistiques qu'elle utilise dans son recrutement et dans ses promotions. Enfin, nous aborderons de front la question de savoir si la qualité de la langue et de la communication est un problème grave ou pas dans leur milieu. Ce n'est que par la suite que nous leur demanderons ce qu'elles attendent de l'école et de la formation linguistique des futurs travailleurs.

Au total, ce que l'enquête auprès de l'entreprise cherchera à identifier, ce sont les paramètres linguistiques généraux du milieu du travail, au niveau de la réalité du travail avant le niveau des attentes.

Le point de vue des services linguistiques

ROBERT DUBUC

Chef du service de linguistique et de traduction de Radio-Canada à Montréal

C'est à la fin des années 50 que les entreprises canadiennes ont commencé à se doter de services de traduction qui sont tous devenus, en s'adaptant à l'évolution du contexte linguistique québécois, des services linguistiques. Les besoins suscités par cette évolution dépassaient les cadres de la stricte traduction.

Ces services ont été créés pour assurer une meilleure communication avec la collectivité francophone. Toutefois, avec la Loi sur les langues officielles (1969) et la Charte de la langue française (1976), le français a été promu au statut de langue officielle *de facto*. Les entreprises au Québec se sont vues dans l'obligation de donner au français la fonction de langue de travail et de communication.

Elles ont donc fait de leurs services linguistiques la cheville ouvrière de l'opération. Les services ont dû, à cette fin, traduire quantité de documents administratifs : politiques, règlements, notices techniques, manuels d'entretien, etc.

Cette demande de traduction, créant un appel de terminologie, l'entreprise a donné à ses services linguistiques le mandat de fournir la terminologie française nécessaire à sa francisation.

Enfin, la présence du français comme langue de travail nécessitait le bilinguisme des cadres au moins aux niveaux inférieurs et intermédiaires. Certains services linguistiques ont été chargés de coiffer l'enseignement des langues secondes pour bilinguiser les cadres.

Dans l'entreprise même, le personnel d'exécution a fait surtout appel aux services linguistiques pour des consultations grammaticales et terminologiques, pour de l'assistance à la rédaction et pour avoir, sous la forme de lexiques, de vocabulaires ou de schémas illustrés, le vocabulaire français désormais à l'ordre du jour.

QUALITÉ DE LANGUE ET FRANCISATION

Dans toutes les initiatives qui ont marqué l'opération de francisation, les exigences de qualité ont été prônées davantage par les langagiers de service (surtout les traducteurs et les terminologues) que par la direction de l'entreprise ou les usagers au sein de l'entreprise. Ces exigences ont été surtout appliquées aux produits directs des services linguistiques. On peut dire que les services linguistiques n'ont guère eu d'influence directe sur la qualité de la langue utilisée dans l'ensemble de l'entreprise, notamment tout le domaine de la communication orale a largement échappé à leur action.

Il en est résulté une sorte de diglossie interne où une langue officielle de qualité raisonnable côtoie quotidiennement une langue de travail encore largement imprégnée d'anglais ou de particularismes sans statut linguistique réel. Même la terminologie est parallèle : l'appellation «officielle» est souvent doublée par un calque ou une création du cru.

L'entreprise, en règle générale, attache de l'importance à la qualité de ses communications officielles parce qu'elle y voit un élément important de son image de marque. Pour les autres aspects de ses communications, du moment que les prescriptions légales sont observées, elle s'en lave les mains à la Ponce Pilate.

Les usagers du quotidien, source ou objet des communications internes, sont divisés sur la question. En principe, les francophones trouvent une certaine fierté à travailler en français ; mais pour la grande majorité d'entre eux, il n'est guère possible de faire de partage entre le bon et le mauvais français. On a tendance à vouloir appliquer le principe du «pourvu qu'on se comprenne» sans considération pour la qualité de cette compréhension. Le changement est difficile et on y résiste. Les langagiers professionnels font alors figure de «puristes» et les services linguistiques sont assimilés à une sorte d'«académie française», ce qui souligne leur manque de contact avec la réalité quotidienne.

POURQUOI LA QUALITÉ?

Poser cette question, c'est s'attaquer au fondement de la nécessité de la communication. S'il faut communiquer - et il semble bien que personne ne conteste aujourd'hui cette nécessité - la qualité de l'outil s'impose d'elle-même. On ne peut bien communiquer avec un outil imparfait : conventions floues, vocabulaires imprécis, syntaxe boiteuse sont autant d'obstacles à la transmission claire du message. L'investissement linguistique est un investissement en communication. Pour notre malheur, les anglophones du monde de l'entreprise sont peu conscients de ce lien pour leur propre langue et tolèrent généreusement l'à-peu-près dans les communications fonctionnelles du quotidien. Les traducteurs qui doivent traduire ces communications s'arrachent les cheveux en face des imprécisions, des ambiguïtés voire des erreurs dont ces textes sont souvent farcis. Mais les exigences diffèrent selon les langues. Les anglophones sont les maîtres de leur langue pour laquelle les risques de contamination sont symboliques. De plus, le message en anglais est perçu beaucoup plus globalement tandis que la démarche analytique du français exige la compréhension de chaque partie de l'énoncé avant d'en dégager la signification globale.

Pour ces raisons sociolinguistiques, la qualité de la langue est plus nécessaire à la communication en français qu'en anglais.

Autre élément important : pour qu'un système linguistique fonctionne bien, on doit l'utiliser avec une certaine cohérence. A ce titre, la diglossie d'entreprise est peut-être beaucoup plus néfaste qu'on ne le croie. Elle tronque, en quelque sorte, les moyens d'expression de l'usager. Son vocabulaire, métissé d'anglais, se trouve gauchi et inadéquat. Les ressources du français lui échappent lorsqu'il lui faut exprimer les réalités du travail. La diglossie hypothèque, par contamination, sa syntaxe. Il devient un locuteur sans maîtrise réelle sur ses moyens d'expression. Le français, dans ce contexte, s'artificialise, dégageant une image de purisme et d'académisme. Le locuteur reste alors captif d'outils d'expression déficients.

INTERVENTION DES SERVICES LINGUISTIQUES

L'expérience des vingt dernières années nous enseigne que, dans les structures actuelles, les services linguistiques n'ont d'influence que sur les communications officielles de l'entreprise, et encore... il ne faut pas que les conseillers juridiques soient trop près ni que la masse des traductions dépasse des proportions raisonnables.

La traduction des manuels et notices techniques ainsi que la publication des vocabulaires, lexiques et avis terminologiques n'ont pas réussi à contrer efficacement la diglossie d'entreprise, c'est-à-dire l'établissement d'une langue de travail hors norme et comprise seulement localement. La conséquence de cette situation c'est que le français est perçu comme une langue artificielle, sans racine réelle dans le milieu. A moins d'un coup de barre vigoureux, toute l'opération de francisation pourrait s'en trouver compromise.

Si l'on veut que le français soit la langue des Québécois, il faut faire davantage. La qualité de la communication n'est pas le fruit d'une culture de laboratoire élaborée entre les quatre murs isolants des services linguistiques. Elle doit être la préoccupation de tous les communicateurs.

Il faut détacher les spécialistes de la langue de la machine à écrire et en faire des consultants universels pour tous les problèmes d'expression à l'échelle de l'entreprise.

Conçoit-on un nouveau produit? Le langagier doit participer aux étapes de sa mise en marché.

Envisage-t-on un nouveau programme pour le personnel? Un langagier doit participer à son élaboration.

Installe-t-on une nouvelle machine? Le langagier doit être dès le départ en mesure de fournir la nomenclature propre à son maniement.

Traducteurs et terminologues devront devenir des animateurs langagiers impliqués dans la vie de l'entreprise, tant que la diglossie d'entreprise ne sera pas réduite à la portion congrue. Autrement leur rôle risque de devenir de plus en plus symbolique : une sorte d'hommage rendu à une vertu jugée impraticable.

SYNTHÈSE DES ATELIERS

Président de séance :
Pierre Georgeault

1) LE PRODUIT DE L'ENSEIGNEMENT

Animateur : Jacques Leclerc
Modératrice : Claire Lamy
Rapporteure : Josée Janson

2) LES ATTENTES DE L'ENTREPRISE

Animateur : Gilles Bibeau
Modératrice : Ludmila de Fougerolles
Rapporteur : Richard Leduc

3) LE POINT DE VUE DES SERVICES LINGUISTIQUES

Animateur : Robert Dubuc
Modérateur : Jacques Maurais
Rapporteure : Madeleine Legault

Synthèse des ateliers faite en plénière par Pierre Georgeault

ATELIER Nº 1 : LE PRODUIT DE L'ENSEIGNEMENT

Au cours des discussions, les participants ont formulé les recommandations suivantes :

1) Que le ministère de l'Éducation du Québec, dans sa gestion du système d'enseignement, tienne compte des quatre éléments fondamentaux de la gestion à savoir : planification, organisation, direction, contrôle.

2) Que l'on vise à promouvoir la concertation des étudiants, des enseignants et des représentants de l'entreprise dans l'élaboration des programmes d'enseignement.

3) Que l'on encourage les entreprises à faire connaître publiquement l'intérêt qu'elles portent au français.

4) Que l'on invite le monde de l'enseignement à se concerter avec le monde du travail.

5) Que l'on adresse un message au ministre de l'Éducation, M. Claude Ryan, manifestant l'inquiétude de l'entreprise en ce qui a trait aux connaissances linguistiques des futures générations d'employés.

6) Que l'on emploie certaines des subventions accordées au collégial dans le but de faire réviser par des traducteurs et des réviseurs professionnels les manuels scolaires traduits par des professeurs.

ATELIER N^{O} 2 : LES ATTENTES DE L'ENTREPRISE

Les participants ont porté un jugement sévère sur cet atelier, le thème annoncé n'ayant pas été couvert, selon eux.

M. Gilles Bibeau a précisé que lors de la planification des ateliers, on espérait pouvoir avoir les premiers résultats de sa recherche. Malheureusement, ces derniers ne sont pas encore disponibles.

Il a alors fait état des objectifs, de la méthodologie de son étude, et des impressions personnelles que lui laissent les entrevues préliminaires qu'il a faites dans les entreprises.

L'objectif de l'étude est de voir si les capacités langagières telles que maîtrisées par les finissants du système scolaire (de niveau primaire et secondaire principalement) répondent aux besoins des entreprises.

L'impression générale que M. Bibeau retire de ses entrevues est la suivante : les entreprises portent une très grande attention à la qualité des communications externes de l'entreprise (c'est une question d'image) et, pour ce faire, elles engagent généralement des spécialistes ou s'appuient sur des personnes qualifiées. Quant aux communications internes, la qualité de la communication est peu importante, car, malgré tout, celle-ci est fonctionnelle et ne nuit pas au fonctionnement de l'entreprise. Par ailleurs, les habiletés langagières réellement utilisées dans l'entreprise doivent être évaluées : tous les employés ont-ils besoin de maîtriser l'oral et quel est le niveau de maîtrise nécessaire? Tous les employés ont-ils besoin de maîtriser l'écrit et quel doit être leur niveau de maîtrise?

Le diagnostic impressionniste de M. Bibeau à l'effet que l'entreprise «s'arrange» très bien avec le niveau de compétence des finissants du système scolaire, que ce dernier, malgré les

discours officiels que l'on entend partout, ne pose pas de problèmes majeurs à l'entreprise a été fort contesté et demandera à être vérifié, selon les dires des participants.

ATELIER N^{O} 3 : LE POINT DE VUE DES SERVICES LINGUISTIQUES

Les participants ont fait les constats suivants :

1) Les services linguistiques sont beaucoup plus présents dans les entreprises canadiennes que dans les entreprises québécoises. Ces dernières sont en grande partie non représentées au colloque alors qu'il y a aussi des problèmes de langue chez elles.

2) Le mandat de la qualité de la communication dévolu aux services linguistiques est difficile à remplir parce que l'entreprise cantonne les services et limite leurs interventions.

3) La place du service linguistique dans l'organisme de l'entreprise est une question primordiale pour asseoir sa présence et son efficacité.

4) Il faut que les services linguistiques soient associés aux spécialistes de la communication dans l'entreprise et qu'ils collaborent avec ces derniers. Pour ce faire, il faudrait donc chercher à décloisonner les services linguistiques.

5) Si les services linguistiques sont conçus comme services d'aide et de dépannage en cas d'urgence, ils ne peuvent jouer un rôle efficace.

Suite à ces constatations, les participants ont alors formulé les recommandations suivantes :

1) Que les services linguistiques soient proches des communicateurs tant à l'échelle interne qu'externe et qu'ils agissent en interaction avec eux. Ils doivent par ailleurs se situer hiérarchiquement près de la «tête» de l'entreprise et être en mesure d'exercer leur influence sur les diffuseurs.

2) Que les services linguistiques fassent participer les usagers à la francisation.

3) Que les services linguistiques fassent de l'animation durant la phase d'implantation des programmes de francisation, qu'ils fassent connaître leur travail aux usagers afin que ces derniers les acceptent mieux.

4) Que les services linguistiques dosent les registres de langue et qu'ils assouplissent leur position à cet égard afin de ne pas imposer une seule position normative.

5) Qu'un enseignement des langues de spécialité soit assuré dans les facultés universitaires.

6) Que les spécialistes maîtrisent leur langue maternelle comme outil de travail.

7) Que les entreprises considèrent les services de traduction comme un actif et non comme un fardeau et qu'elles attribuent une valeur financière à la contribution de ces services afin de mettre en valeur cette dernière.

CONFÉRENCES ET ATELIERS

La gestion linguistique de l'entreprise : vers un nouveau partage des rôles

Président de séance :
Jean-François Joly
Président de la STQ

Le point de vue de la direction de l'entreprise

JULIEN HOULE

Directeur du personnel, région du Québec
La Baie

Pour commencer, permettez-moi de situer l'entreprise que je représente. La Compagnie de la Baie d'Hudson, fondée en 1679, fut la première compagnie légalement constituée au monde et elle est présente au Québec depuis plus de 200 ans. La Baie représente une entité appartenant à la Compagnie de la Baie d'Hudson et possède quatre-vingts magasins répartis à travers le Canada, dont douze sont situés au Québec. Ces derniers forment La Baie - région du Québec. Plus de 4 500 employés y travaillent et manipulent chaque année des marchandises dont la valeur se chiffre à quelques centaines de millions de dollars. Les dirigeants de la région du Québec ont actuellement trois préoccupations majeures.

Premièrement, la centralisation récente de plusieurs services à Toronto a fait naître ou a amplifié plusieurs problèmes surtout en ce qui a trait au contrôle des communications entre le siège social de Toronto et les magasins. Deuxièmement, en ce qui a trait au recrutement, nous avons constaté que les exigences linguistiques auxquelles nous faisons face ne sont pas comblées par le système d'éducation actuel. Et enfin, nous devons faire le point sur la responsabilité de l'entreprise face à la francisation et sur le rôle que doivent jouer les Services linguistiques.

CENTRALISATION

Il y a dix ans, La Baie, région du Québec, fonctionnait d'une façon relativement autonome en matière de publicité, d'achats, de gestion des dépenses, de comptabilité, etc. Le rôle du siège social se limitait surtout à donner les grandes lignes

directrices, à offrir des services d'experts et à compiler les résultats financiers. Mais au cours des dix dernières années, l'entreprise a peu à peu centralisé à Toronto certains services, dont celui des achats. Cette mesure fut prise pour accroître la rentabilité de l'entreprise en spécialisant les fonctions et pour réduire les frais d'exploitation. De cette façon, le personnel régional pouvait dorénavant concentrer ses efforts sur deux aspects du commerce de détail : la commercialisation en magasin et le service à la clientèle.

La conséquence de ce mouvement vers Toronto est une circulation accrue de communications et de directives dans le sens inverse, c'est-à-dire vers les magasins, sans l'intervention d'intermédiaires régionaux.

Pour comprendre l'ampleur de la situation, précisons que, dans le seul service des achats, 500 personnes achètent plus de 300 000 articles différents. Ces articles sont accompagnés de bons de commande et de stratégies commerciales de plus de 400 pages, paraissant chaque mois. A cela il faut ajouter tout ce qui provient de la Comptabilité, des Services techniques, de la Publicité, du Personnel et de l'Information-stocks. De la Publicité, nous recevons 60 cahiers publicitaires et des centaines de pages de publicité destinée aux quotidiens. Nous suivons le mouvement de plus d'un million cinq cent mille articles différents au moyen d'un référencier modifié chaque jour et d'un système informatisé de gestion des stocks.

Pour ces raisons, la centralisation pose un sérieux défi aux gestionnaires du Québec et aux Services linguistiques. Ce défi consiste à sensibiliser les services de Toronto aux besoins linguistiques du Québec. A intervalles réguliers, la directrice des Services linguistiques doit multiplier les rencontres avec les différents groupes du siège social pour rappeler constamment nos exigences linguistiques aux gestionnaires qui doivent communiquer avec le Québec. Elle doit aussi faire la promotion de ses services pour que la Compagnie en tire profit.

Lorsque les entreprises sont centralisées hors du Québec, il est primordial que les Services linguistiques se fassent

connaître là où les décisions se prennent. Sinon toutes les directives seront acheminées directement aux magasins, et les Services linguistiques devront se contenter d'éteindre les feux plutôt que de les prévenir. De plus, la haute direction doit être convaincue de la nécessité de la francisation et doit tenir compte de ce facteur dans toutes ses décisions. Par exemple, lorsque le vice-président aux Services techniques présente un échéancier et un devis pour l'informatisation des systèmes de ventilation, il doit considérer les coûts qu'entraînent la traduction des manuels, la formation du personnel, l'utilisation de logiciels français et le temps requis.

Donc, lorsqu'une entreprise est centralisée hors Québec, les Services linguistiques doivent faire plus que traduire, réviser, rédiger. Ils doivent faire connaître leur rôle et leurs possibilités là où les décisions se prennent. La Baie est choyée à cet égard, par la présence à Toronto d'un vice-président, membre du Comité de direction, qui comprend la situation et appuie le rôle des Services linguistiques. Ce type d'appui est essentiel à la francisation.

RECRUTEMENT

L'autre aspect qui me tient à coeur est celui du recrutement.

Au Québec, La Baie compte à son service près de 4 500 employés, dont 85 cadres intermédiaires et vingt cadres supérieurs. En ce qui a trait aux postes de cadres, la loi 101 a sans contredit permis aux jeunes francophones d'y accéder. Toutefois, elle a créé l'illusion qu'à tous les échelons, le français était suffisant. Il est juste d'affirmer qu'à l'intérieur du Québec le français suffit, mais dans une organisation centralisée, nous ne travaillons pas en vase clos.

Nous faisons du recrutement dans tout le Québec et auprès de toutes les maisons d'enseignement pour combler différents types de postes. Chez les universitaires, nous recrutons nos jeunes cadres qui doivent progresser à l'intérieur de l'entreprise

pour accéder aux postes de haute direction, là où ils se réaliseront pleinement. Malheureusement, même si la connaissance de l'anglais n'est pas un critère d'embauche, nous devons en tenir compte à mesure que le cadre progresse à l'intérieur de l'entreprise de sorte qu'il puisse travailler efficacement. Par exemple, le service des Ateliers et des Concessions est dirigé par un cadre intermédiaire qui relève de deux patrons, l'un à Montréal et l'autre à Toronto. Celui de Toronto, le directeur national, assure l'uniformité des opérations et des directives.

De plus, il convoque les responsables de chaque région à des réunions d'information, six fois par année. Comment voulez-vous que je nomme à un tel poste un unilingue francophone? Attention, je ne veux pas dire qu'il est impossible pour un cadre à La Baie de gagner sa vie en ne parlant que le français. Ce que je dis c'est que, dans une entreprise centralisée hors Québec, plus on s'élève dans la hiérarchie, plus la connaissance de l'anglais constitue un critère d'efficacité et un avantage certain pour le jeune francophone.

Il faut donc donner la chance aux jeunes de chez nous de s'affirmer en leur donnant tous les outils nécessaires, notamment une bonne connaissance de l'anglais. Pour ceux qui en doutent, voyons ce que les jeunes finissants universitaires au service de La Baie pensent à ce sujet. Ceux que nous avons embauchés et qui connaissaient déjà l'anglais croient que cela est un atout en leur faveur, qui leur permettra de progresser. Les unilingues francophones sont presque tous intéressés à ce que nous leur offrions des cours d'anglais, non pas parce qu'ils ne peuvent travailler en français, mais bien parce qu'ils veulent posséder un avantage sur leurs concurrents unilingues anglophones du reste du Canada. Je ne fais pas un plaidoyer pour l'anglais obligatoire dans toutes les facultés, mais il faut que l'étudiant soit conscient des limites imposées à un unilingue francophone par les exigences de la communication à l'intérieur des entreprises nationales ou internationales. Rien ne me fait plus plaisir que de voir des francophones siégeant aux Comités de direction d'entreprises nationales.

Depuis plus de trois ans, La Baie paye des cours d'anglais à ses jeunes cadres. De cette façon, ils pourront accéder à des postes nationaux s'ils le désirent, non pas parce qu'il faut un Canadien français d'office à Toronto, mais bien parce qu'ils sont les meilleurs.

RESPONSABILITÉ DE L'ENTREPRISE ET RÔLE DES SERVICES LINGUISTIQUES

La première responsabilité de l'entreprise est d'être rentable. Sans rentabilité, il n'y a pas d'employés, pas de produits ni de services et pas de Services linguistiques. Toutefois, ces derniers peuvent contribuer à l'augmentation de la productivité, essentielle à la bonne santé financière de l'entreprise.

À ce chapitre, la direction de La Baie n'a pas attendu la loi 101 pour se franciser. Le marché qu'elle visait au début des années 70, ainsi que la composition de sa main-d'oeuvre, ont amené la direction à offrir à ses clients des services en français. De plus, la Compagnie avait déjà constaté que pour être productif, le personnel devait pouvoir travailler dans sa langue. Pour ces raisons, le service de Traduction fut alors créé.

Aujourd'hui, le rôle des Services linguistiques à La Baie est d'accroître l'efficacité de l'entreprise en améliorant la qualité de ses communications. De cette façon, les Services linguistiques contribuent à rendre le personnel productif et autonome dans ses communications. Donc, même sans loi 101, Commission de protection de la langue française ou rapports d'étape à rédiger, les Services linguistiques continueraient d'exister. Leurs tâches seraient quelque peu modifiées, mais leur existence ne serait pas remise en question.

Toutefois, en période de difficulté financière, les premières coupures se font presque toujours dans les services. Il ne faut donc pas s'attendre à ce que les Services linguistiques soient à l'abri à cause de leur statut ou des programmes de francisation. Pour fonctionner en français, une entreprise doit avant tout survivre. Il faut le reconnaître : les services ne représentent que des dépenses et la direction a le droit de s'attendre à ce que la productivité y soit mesurée comme dans ses autres secteurs d'activité. Jusqu'à maintenant et malgré les mauvaises années que La Baie a connues, les Services linguistiques furent épargnés parce qu'ils sont productifs et qu'ils font bien connaître leur rôle à l'échelle de l'entreprise.

Un autre de leur rôle est d'assurer que la documentation qui accompagne les produits soit claire et rédigée correctement dans la langue du client.

Un défi de taille n'a pas encore été relevé dans plusieurs compagnies, celui de l'informatisation. Ce monde évolue à un rythme tel qu'il est, à toutes fins utiles, impossible de franciser au même rythme à des coûts raisonnables. Il ne semble pas y avoir de solution facile, rapide et économique. Pour vous donner une idée de l'ampleur de la situation, pour chaque groupe de trois acheteurs à la Compagnie de la Baie d'Hudson, il y a un employé des Services d'information. Sans abandonner la francisation des systèmes informatisés, il faut que tous les intervenants dans le processus de francisation tiennent compte des contraintes financières et techniques auxquelles nous devons faire face et acceptent des échéanciers réalistes.

En conclusion, j'aimerais ajouter que l'entreprise, par le biais de ses Services linguistiques, doit contribuer à améliorer la qualité du français parlé et écrit. Je suis inquiet de constater que la qualité du français se détériore constamment. Les jeunes cadres et employés manquent de vocabulaire et ont de la difficulté à s'exprimer oralement ou par écrit. Ils sont, par conséquent, désavantagés au travail. Les Etats généraux tenus récemment ont fait la lumière sur les lacunes de notre système d'éducation. Que l'État s'occupe des jeunes à venir. Quant à nous, nous devons nous fixer comme objectif d'améliorer la qualité du français dans l'entreprise.

Le point de vue des services linguistiques

CLAUDE AZUELOS

Directeur du Service de traduction
Banque Royale du Canada

Permettez-moi d'abord de féliciter les quatre organismes qui ont su accorder leurs vocations respectives et mettre sur pied un colloque résolument axé sur le statut et l'avenir du français dans l'entreprise. Je veux espérer que cet exemple remarquable de concertation trouvera des échos dans les débats de demain.

Pour ma part, j'apporte à cette assemblée le témoignage d'un traducteur infiniment comblé par la profession qu'il exerce et fier, sans réserve aucune, des progrès accomplis par la langue française au sein d'une entreprise comme La Banque Royale du Canada dont la taille et le renom sont, ma foi, respectables. Puissent ceux qui savent porter leur pessimisme jusqu'à l'incandescence se garder de me faire procès pour excès d'optimisme ou, pis encore, pour péché de naïveté.

Il est vrai que dans la «République des professions intellectuelles», certaines ont toujours bénéficié des droits acquis de la noblesse. D'autres, comme celle des officiers de plume que nous sommes, passaient pour des disciplines de seconde zone. Malgré les hymnes officiels et quelques parades, on pouvait à bon droit se demander si notre métier était victime de sous-estimation ou d'aversion positive - les deux facteurs ayant la fâcheuse tendance à s'ajouter plutôt qu'à s'annuler.

Voilà donc une manière comme une autre de placer notre débat dans sa perspective dynamique : vers un nouveau partage des rôles. Pour en parler, il m'a paru utile de rappeler en deux mots

l'ancien découpage des professions où la traduction faisait bonne figure de mal nécessaire. Pour fonder un combat, surtout celui-là, il n'est pas mauvais de prendre d'abord la mesure de notre faiblesse. Mais les temps ont changé. Il serait fastidieux, sinon futile, de revenir sur le passé. Aujourd'hui, les services linguistiques jouissent dans l'entreprise d'un prestige indiscutable et d'une dignité enviable. C'est donc ici que se situe le point de départ de mon intervention.

Le service que je dirige pratique dans son activité quotidienne une gestion de combat, avec pour seule arme la qualité. Un petit mot qui dit tout. La qualité signifie la compétence, la vitesse d'exécution, la rentabilité. Il y a bien d'autres synonymes, mais je pense que tout le monde m'a compris. Et pour vérifier nos résultats, ce ne sont pas les censeurs qui manquent : employeurs, clients, actionnaires, administrations publiques, etc. Lorsque leurs voix s'unissent pour exprimer une juste satisfaction, alors nous ne doutons pas d'avoir réussi à conférer à notre rôle la dignité et l'utilité qui doivent être les siennes. Une seule norme donc : la qualité. Toutes les autres en découlent ou en dérivent, s'y rattachent ou s'y ajoutent.

J'ai lu avec beaucoup d'intérêt la monographie «Rôles et avantages des services linguistiques d'entreprises» éditée par l'Association des conseils en francisation du Québec. Tout y est décrit avec clarté et concision sur les mandats divers des services linguistiques. Je félicite au passage les rédacteurs du document. Une petite phrase cependant laisse perplexe. Elle n'est pas insidieuse, elle est inquiétante. Sous le chapeau «Rentabilité des services linguistiques», elle affirme sans égard au développement qui suit et comme à contre-courant : «Soit, les services linguistiques sont coûteux». Je tiens à le dire sans ambages : non, non et non, ce n'est pas coûteux. Vous vous imaginez bien que je me suis précipité aussitôt sur ma calculatrice pour vérifier la charge que nous représentons pour l'entreprise. Le calcul est d'une simplicité élémentaire. Je divise le budget de mon service par le budget d'exploitation de mon employeur et j'obtiens ce résultat : 0,0004. Quatre dix millièmes des charges d'exploitation de la Banque Royale. A quelle décimale faut-il donc s'arrêter pour que le choc réel des coûts imputables aux services linguistiques passe pour négligeable?

LE STATUT DU TRADUCTEUR ET DU TERMINOLOGUE AU SEIN DE L'ENTREPRISE

L'idée ne m'a jamais traversé l'esprit que l'on pouvait amener les pouvoirs publics à consentir à la traduction le statut de profession libérale. A tort ou à raison, la démarche m'a semblé illusoire. Sans doute ma formation talmudique m'a-t-elle enseigné la vanité de certains débats. J'ai plutôt choisi de travailler à fond l'entreprise et de la gagner à la cause du traducteur dont le capital de savoir accumulé n'a guère été financé par elle. L'entreprise est un lieu privilégié de confrontation entre les différentes aspirations des hommes et des femmes vivant en société. C'est un lieu où s'expriment des objectifs et des contraintes économiques, des préoccupations sociales individuelles et collectives. De nouvelles compétences y sont mises en oeuvre, la communication devient un élément essentiel de l'efficacité. En peu de mots, c'est la valorisation de la qualité. Avons-nous gagné notre combat? Oui, sans l'ombre d'un doute! Au sein de l'entreprise que je représente, le traducteur et le terminologue sont au moins à pied d'égalité avec le juriste, l'économiste, l'agronome, l'architecte et l'ingénieur. Vous voyez bien que nous sommes en bonne compagnie ; sans ostentation certes, mais sans humilité excessive non plus. Nos grades sont comparables et nos échelles salariales épousent pratiquement les mêmes fourchettes.

L'ADMINISTRATION DES SERVICES LINGUISTIQUES

Notre service est administré à la lumière d'un cabinet de traduction indépendant. A cette différence près que notre exploitation s'appuie exclusivement sur les besoins d'un client captif dont nous sommes nous-mêmes prisonniers. Je vous assure cependant qu'il s'agit là d'une captivité librement consentie et mutuellement profitable. En fait, si notre unité avait été un cabinet privé, nous aurions pu assurer le service de la masse salariale, des avantages sociaux et des frais généraux actuels en plus de verser des dividendes. Nous sommes rentables à l'intérieur de la Banque et nous l'aurions été à l'extérieur. Notre expérience cumulative au seul service de notre employeur représente 125 ans. Chaque année, l'entreprise enregistre une plus-value d'expérience et de savoir accumulés de 15 ans. Ce n'est pas une mince affaire, car une telle plus-value se traduit par une productivité accrue. L'entreprise ne s'y trompe pas, elle qui nous donne les pleins pouvoirs en matière linguistique, nous laisse les coudées franches pour recruter les collaborateurs de notre choix, nous confère

toute la latitude voulue pour assurer la diffusion d'une langue française de qualité. Et lorsque les aléas de la conjoncture ou les contraintes de la récession lui imposent l'obligation de procéder à des compressions, il ne lui vient pas à l'esprit l'idée saugrenue de remettre en question le rôle des services linguistiques. Tant il est vrai qu'on ne touche pas à un secteur reconnu pour son utilité et sa rentabilité.

Notre effectif se compose de quatre secrétaires, neuf traducteurs, une terminologue et une documentaliste. En tout quinze personnes qui traitent un volume considérable où la pige compte pour 9, 10 ou 11 % selon les années. Le travail confié à l'extérieur n'est pas nécessairement assorti de délais absurdes. D'ailleurs, aucun service à la Banque ne prendrait le risque de nous placer dans une situation inconfortable, tout simplement parce qu'il n'aurait pas planifié avec le soin voulu les délais de traduction ou d'adaptation française dans les différentes phases de son projet. Le plus souvent, sinon dans tous les cas, nous sommes partie prenante au calendrier de réalisation des divers travaux.

Sommes-nous parfois débordés par le volume ou l'urgence? Assurément. Mais la gestion, c'est aussi l'art d'associer à notre vision de la rentabilité des traducteurs indépendants. Ces collaborateurs nous sont nécessaires autant que notre clientèle leur est essentielle. Leur contribution est inestimable, leur dévouement digne d'éloges, leur compétence indiscutable. J'en cause volontiers comme s'ils faisaient partie de notre personnel. Et c'est probablement, dans mon échelle de valeurs tout au moins, le plus grand hommage que je puisse leur rendre. Au-delà de leurs honoraires, au-delà des impératifs commerciaux auxquels ils doivent obéir, je vois dans le concours qu'ils nous apportent et comme en filigrane la quête d'une reconnaissance légitime. En ce qui me concerne et en ce qui concerne tout le personnel de mon service, ce sont des traducteurs d'élite, des traducteurs avec du panache.

UNE TERMINOLOGIE SANS PRIX

Je lisais récemment dans le dernier numéro du magazine Circuit un article fort intéressant et tout à fait savoureux sur les mirages de la terminologie automatisée. Il faut dire que le

titre de l'article autant que le nom de l'auteur ont de quoi accrocher l'attention. Mais pour les besoins de ce propos, seul le titre me préoccupe : «La terminologie est-elle en péril?». Poser une telle question, c'est déjà indiquer un penchant pour la réponse. Elle finit par tomber comme un couperet : «La terminologie gratuite, lit-on en conclusion, cela n'existe pas». Voyons, bien sûr qu'elle existe la terminologie gratuite. Elle subventionne même la traduction. Dans la mesure où elle est essentielle à une langue de qualité, elle épargne au traducteur des tourments indus, lui évite des recherches vaines et, au bout du compte, lui fait gagner un temps précieux. Or, la plus coûteuse des dépenses, c'est la perte de temps. Non la terminologie n'est pas une épouse dispendieuse . Ou alors, ceux qui ont la main sur les cordons de la bourse devraient l'avoir ailleurs.

Et puisque nous parlons des pouvoirs du décideur qui a la main sur les cordons de la bourse, écoutons une autorité supérieure se prononcer sur le rôle de la langue française dans l'entreprise. Je cite :

«Cher Monsieur Azuelos,

Je vous remercie d'avoir porté à mon attention votre participation au colloque qui doit se tenir prochainement sur «Le français dans l'entreprise et la gestion des services linguistiques». Je serais infiniment flatté que vous me citiez devant un collectif d'organismes aussi prestigieux dans les termes que voici :

Pour La Banque Royale du Canada, il est d'une importance capitale de servir les clients dans la langue de leur choix. Cela signifie qu'il nous faut apporter un soin particulier et égal à la qualité de l'anglais et du français.

La qualité dans le domaine linguistique ne souffre aucun compromis et la Banque vise résolument l'excellence dans ses communications en français. Par respect

pour la nature profonde et le caractère bilingue de ce pays, c'est pour nous un devoir impérieux de disposer des moyens nécessaires pour assurer en tout temps une communication efficace dans les deux langues officielles. Considérant ces objectifs, nous estimons que notre service de traduction est dépositaire au sein de la Banque d'une responsabilité immense et d'autant plus déterminante qu'il a directement la charge d'établir et de maintenir les normes d'excellence devant régir l'usage de la langue française.

J'espère que ce message vous paraîtra utile et je souhaite que vos efforts soient couronnés de succès. Signé : Rowland C. Frazee, Président du Conseil d'administration et chef de la direction de La Banque Royale du Canada». Fin de citation.

Merci.

Le point de vue des travailleurs

MONA-JOSÉE GAGNON

Sociologue, Service de recherche,
Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec

L'essentiel de mon propos d'aujourd'hui sera d'exposer en quoi les travailleurs et travailleuses peuvent jouer un rôle légitime, utile et spécifique dans le processus de francisation des entreprises. Les débats de cet avant-midi se déroulant sous le thème «Un nouveau partage des rôles», on peut poser en hypothèse que la reconnaissance du rôle des travailleurs est en soi le véhicule d'une vision nouvelle de la francisation du milieu de travail.

Une question peut être posée dès le départ : LA PARTICIPATION DES TRAVAILLEURS DOIT-ELLE S'ARTICULER SUR UN MODE INDIVIDUEL OU COLLECTIF? A cet égard, il m'apparaît important de situer notre réflexion à l'intérieur de l'organisation qu'est l'entreprise : on y retrouve des réseaux d'autorité et de pouvoir, une hiérarchie, une division du travail, des compétences diversifiées et inégalement valorisées, des divergences et des conflits. En outre, les travailleurs, sur une base individuelle, ont fort peu de loisir d'être partie prenante aux décisions de tous ordres. C'est la présence d'un syndicat qui leur permet d'accéder à un certain contrôle de leurs conditions de vie et de travail dans l'entreprise par le biais, notamment, de la négociation d'une convention collective. L'organisation syndicale est aussi le canal grâce auquel prendront place des échanges d'information entre salariés de services différents, de même que des débats et des prises de position. Enfin, dans la mesure où le conflit - pas nécessairement ouvert - apparaît être une donnée immanente et incontournable de l'entreprise, le syndicat est le moyen pour les travailleurs d'accéder à la parole, au statut d'interlocuteur reconnu sinon apprécié, voire à la riposte.

Il n'est pas de mon intention de poursuivre plus avant cette définition de l'activité syndicale. Ce détour n'était pas inutile cependant dans la mesure où il me permet de mieux asseoir ma vision selon laquelle la participation des travailleurs au processus de francisation a d'autant plus de chances de se déployer et de s'épanouir qu'elle s'exercera sur la base d'une organisation collective, démocratique, contrôlée par les travailleurs et travailleuses eux-mêmes, en l'occurrence sur une base syndicale. Cela dit, il n'y a pas d'antinomie entre la participation individuelle et collective, bien au contraire. La participation individuelle à la francisation doit en fait être recherchée ; et, de même que le collectif n'a guère de sens s'il ne repose sur l'adhésion de chacun, de même la parole individuelle a besoin de la force collective pour être libre et entendue.

La participation des travailleurs au processus de francisation des milieux de travail n'a pas jusqu'ici répondu aux espoirs que la loi 101 avait engendrés à cet égard. Se cristallisant dans le comité de francisation, cette participation n'a pas toujours réussi - et c'est un euphémisme - à démontrer qu'elle était à la fois efficace et nécessaire. On peut s'en étonner, si l'on tient compte en effet que, dans les années 60 et 70, les revendications syndicales sur la langue des relations de travail étaient extrêmement fréquentes, que le malaise quant à la fragilité du français en milieu de travail était de plus en plus marqué chez les travailleurs, et que la loi 101 avait été non seulement bienvenue mais appelée par ces milieux.

L'analyse syndicale que nous faisons de ce phénomène de piétinement nous amène à identifier quelques facteurs explicatifs. Les représentants syndicaux aux comités de francisation ont manqué d'encadrement à tous niveaux, qu'il s'agisse d'information sur leurs droits et responsabilités ou de conseils plus techniques. Les représentants syndicaux n'ont pas non plus toujours été bien acceptés - c'est un autre euphémisme -, et l'on n'a donc pas cherché à rendre leur participation plus signifiante. Ce qui a eu pour conséquence étonnante que la francisation concrète et quotidienne des entreprises a été largement évacuée par ceux-là même qui en étaient à l'origine les plus chauds partisans.

À vrai dire, ce désinvestissement syndical participait d'un phénomène bien plus vaste. Tous ceux-là qui ont vu leurs

souhaits comblés par la loi 101 ont immédiatement mis leur confiance dans les institutions créées pour la mettre en application, sans se rendre compte qu'une législation linguistique est difficilement applicable en l'absence d'un appui et d'une complicité populaires de tous les instants. L'affaiblissement de la volonté politique, telle qu'exprimée par les gouvernements successifs, et l'érosion judiciaire de la loi 101, sont venus consacrer cet essoufflement.

Cet essoufflement a été abondamment diagnostiqué et décrit par les milieux intéressés depuis quelque temps. Voyons dans cette période d'autodiagnostic et d'autocritique les signes prometteurs d'une reprise en main et d'un nouveau départ. Il apparaît en effet de plus en plus évident que la francisation constitue un défi et un effort permanents d'une part, et qu'elle nécessite l'adhésion active du plus grand nombre d'autre part.

En conséquence si, à l'échelle de la société, on constate l'insuffisance des mécanismes strictement institutionnels et bureaucratiques pour incarner la loi 101, en toute logique il faudrait accepter le corollaire au niveau de l'entreprise, à savoir : la francisation ne doit pas, et ne peut pas être la préoccupation et la fonction exclusives des directions d'entreprises et des personnes plus sensibilisées, comme celles que l'on retrouve dans les services linguistiques. La francisation ne peut qu'être un projet collectif, sinon elle est menacée dans sa signification.

La toute première justification à la présence de travailleurs dans le processus de francisation en est d'ailleurs une d'efficacité. On se rend compte en effet que si les premiers pas de la francisation pouvaient plus facilement être faits selon un mode bureaucratique et impliquant donc un nombre limité d'intervenants, il n'en va pas de même pour ce qu'on pourrait appeler la maturation de la francisation : à quoi bon des lexiques auxquels personne ne s'intéresse? Pourquoi traduire des formulaires qui seront remplis en anglais? Il n'y a pas à en sortir : nous faisons face à la nécessité d'impliquer davantage de personnes pour continuer à avancer, et même pour ne pas reculer.

De plus, la francisation des entreprises est une question qui intéresse toute la société, de même que bien d'autres aspects de la vie dans l'entreprise d'ailleurs (santé et sécurité des travailleurs par exemple) ; il est donc normal et souhaitable que le gouvernement, au nom des intérêts supérieurs de la société civile, édicte des paramètres que devront respecter les entreprises en matière de francisation, et mettre en place des mécanismes pour surveiller ce processus. Or, cette surveillance et ce contrôle ne peuvent être effectués strictement par des appareils étatiques : ceux et celles qui vivent quotidiennement dans l'entreprise ne sont-ils pas bien placés pour vérifier si l'entreprise s'acquitte effectivement de cette responsabilité sociale que la loi 101 lui a confiée?

On pourrait reprendre cette argumentation en faisant ressortir le caractère démocratique de la participation des salariés au processus de francisation. En ce domaine comme en beaucoup d'autres, la démocratie se conjugue avec l'efficacité, pour peu que les changements visés ne soient pas d'ordre purement cosmétique.

C'est dans cet esprit que les centrales syndicales, et je parlerai ici plus spécifiquement de la FTQ, ont entrepris d'insuffler un nouveau dynamisme aux syndicats locaux, aux militants, aux représentants syndicaux aux comités de francisation. En ce qui nous concerne, la tâche est énorme, puisque nos syndicats sont présents dans plusieurs centaines d'entreprises où sont présents des comités de francisation.

Nous avons donc mis au point un matériel documentaire complet, soit une brochure expliquant tant la loi 101 que les droits et responsabilités des représentants syndicaux aux comités de francisation, un dépliant de sensibilisation ainsi qu'une affiche. Une personne est affectée à plein temps à une tournée d'animation intersectorielle à la grandeur du Québec de même qu'à l'organisation et à l'animation de sessions de formation d'une journée destinées spécifiquement aux représentants syndicaux aux comités de francisation.

Le message que nous transmettons repose sur les éléments suivants.

1) La francisation constitue une entreprise et un processus permanents.

2) L'action en francisation fait partie intégrante de la fonction syndicale, au même titre que la surveillance de la santé et la sécurité au travail (par exemple).

3) L'implication syndicale dans la francisation des entreprises est un droit, reposant tant sur le droit des travailleurs à participer à l'édification de l'environnement dans lequel ils travaillent, que sur leur droit de citoyen à contrôler le statut du français dans les entreprises qui font affaire au Québec.

4) L'implication syndicale dans la francisation des entreprises enfin est une responsabilité, et le défaut des organisations syndicales de l'assumer comporte des conséquences pour l'ensemble de la société.

Je concluerai en disant à quel point la réaction que nous recevons est encourageante. Les militants et militantes de nos syndicats ont encore en réserve beaucoup d'enthousiasme et de dévouement pour la cause de la francisation. Une fois qu'ils sont informés de leurs droits et conscients de leurs responsabilités, ils sont prêts à s'engager activement dans la francisation.

Une réponse positive à ce désir d'engagement de la part des directions d'entreprises et des autres partenaires concernés de l'entreprise peut être le point de départ d'une collaboration prometteuse.

SYNTHÈSE DES ATELIERS

Président de séance :
Jean-François Joly

1) LE POINT DE VUE DE LA DIRECTION DE L'ENTREPRISE

Animateur : Julien Houle
Modérateur : Pierre Carrier
Rapporteure : Marie-Eve Lessard

2) LE POINT DE VUE DES SERVICES LINGUISTIQUES

Animateur : Claude Azuelos
Modératrice : Viviane Julien
Rapporteure : Claudine Aucuit

3) LE POINT DE VUE DES TRAVAILLEURS

Animatrice : Mona-Josée Gagnon
Modérateur : René Deschamps
Rapporteure : Michèle Ali

Synthèse des ateliers faite en plénière par les rapporteurs

ATELIER Nº 1 : LE POINT DE VUE DE LA DIRECTION DE L'ENTREPRISE

THÈMES DE DISCUSSION

1) La centralisation des services à Toronto

2) L'informatisation des opérations

3) La formation

4) La qualité de la langue

I - LA CENTRALISATION DES SERVICES À TORONTO

- Plusieurs facteurs sont responsables de la centralisation des services à Toronto ; celle-ci n'est pas une conséquence du phénomène de francisation au Québec.

- Les coûts des services linguistiques sont nécessaires mais ne sont pas élevés si on les compare aux coûts des autres services. Il faut cependant que ces services soient **productifs.**

- La facturation se fait en français car chaque service est responsable de ses propres achats au Québec.

II - L'INFORMATISATION DES OPÉRATIONS

- Tous les systèmes informatiques à la Baie ne parlent pas français. Les systèmes anglais sont utilisés par un nombre restreint d'employés au Québec.

- On est en voie de franciser les systèmes. Cependant, au rythme où évolue cette nouvelle technologie, on ne peut que **tendre vers** la francisation, **s'en rapprocher** le plus possible.

- Exemple d'informatisation : la liste des stocks. Elle est disponible en grande partie en français. Les entrées se font en anglais dans le système à Toronto, puis elles sont traduites à Montréal.

111 - LA FORMATION

- On ne donne pas de cours de français comme tels aux employés. Par contre, on encourage **l'aide à la rédaction** en collaboration avec les services linguistiques.

- On a mis sur pied un cours de communication écrite en français qui sera offert à l'automne de 1986.

- Il est **rentable** pour une entreprise d'investir dans la formation des cadres relativement à la communication ; il faut cependant que ce soit fait à **l'interne** pour que ce soit vraiment rentable et approprié aux besoins de l'entreprise.

- Il faut combler les lacunes du système d'éducation en ce qui a trait à la formation linguistique des étudiants. Toutefois, il incombe à l'État, et non aux entreprises, de prendre en main cette formation.

IV - LA QUALITÉ DE LA LANGUE

- En général, elle se détériore. Cela est vrai tant pour l'anglais que pour le français.

- L'entreprise n'évalue pas la qualité du français lors du recrutement ou au cours de la carrière.

On trouve **paradoxal** de se plaindre de la qualité de la langue et de ne pas procéder à des évaluations, ce à quoi M. Houle répond qu'il appartient à l'État, et non à l'entreprise, de contrôler ce phénomène.

RECOMMANDATIONS

1) Que les entreprises fassent connaître au gouvernement leurs exigences en matière linguistique afin que ce dernier puisse créer une dynamique dans le milieu de l'éducation.

2) Qu'il y ait plus de **discipline** dans les maisons d'enseignement.

3) Qu'on fasse prendre conscience aux étudiants de l'importance d'être de bons communicateurs et de la nécessité de connaître l'anglais pour accéder à des postes d'un niveau supérieur.

ATELIER Nº 2 : LE POINT DE VUE DES SERVICES LINGUISTIQUES

THÈMES DE DISCUSSION

1) Les coûts de la traduction

2) La productivité

3) La valorisation des services linguistiques

4) La gestion des services linguistiques

5) Quelques difficultés propres aux services linguistiques

Les discussions ont porté sur les coûts de la traduction, la productivité, la valorisation des services linguistiques, la gestion des services linguistiques et, enfin, les difficultés particulières à ces services.

I - LES COÛTS DE LA TRADUCTION

Une comparaison des coûts de la traduction, qui prend en compte les salaires, les avantages sociaux, le coût du contrôle de la qualité et de la frappe, nous amène à constater qu'il n'y a pas un grand écart entre les coûts internes et externes de la traduction. Par conséquent, les services linguistiques ne sont pas une charge pour l'entreprise, contrairement aux préjugés classiques.

II - LA PRODUCTIVITÉ

Pour être considérés sur le même pied que les autres professionnels de l'entreprise, les membres des services linguistiques doivent être productifs. La productivité doit cependant être pondérée en fonction des divers secteurs d'activité, le domaine bancaire par rapport au domaine technologique, par exemple. C'est à chaque service linguistique de justifier sa productivité.

III - LA VALORISATION DES SERVICES LINGUISTIQUES

Les services linguistiques doivent se faire connaître auprès de la haute direction et des travailleurs. Ils doivent

prendre leur place dans l'entreprise et démontrer qu'ils ne sont pas une charge mais un atout pour celle-ci. Sinon, ils resteront toujours des services de seconde zone.

IV - LA GESTION DES SERVICES LINGUISTIQUES

Il faut augmenter la compétence en gestion des responsables des services linguistiques, étant donné que le meilleur des traducteurs ne fait pas nécessairement un excellent gestionnaire. Ce dernier doit posséder les outils qui lui permettront de se battre à armes égales avec les autres gestionnaires de l'entreprise.

V - QUELQUES DIFFICULTÉS PROPRES AUX SERVICES LINGUISTIQUES

- Les délais ;

- l'isolement et la non-reconnaissance des petits services ;

- la multiplicité des demandeurs de traduction ;

- l'incapacité des clients unilingues anglophones de juger de la qualité des services rendus.

RECOMMANDATIONS

1) Que les services linguistiques obtiennent la reconnaissance professionnelle et l'appui inconditionnel de la haute direction.

2) Qu'on organise, à l'intention des chefs de services linguistiques, des cours ou des séminaires visant à améliorer leur compétence en matière de gestion.

3) Qu'on délègue des représentants des services linguistiques aux différentes réunions du monde des affaires (chambres de commerce, colloques inter-entreprises), dans le but de présenter et de faire valoir le rôle de ces services.

4) Que le chef des services linguistiques agisse comme animateur de son équipe, dans ce qu'on a appelé la gestion de combat, en plus de faire des représentations auprès de la haute direction.

ATELIER N^{O} 3 : LE POINT DE VUE DES TRAVAILLEURS

CONSTATATIONS

1) Le syndicat veut reprendre en main les comités de francisation devenus inopérants et attirer l'attention des travailleurs sur deux points importants : l'informatisation et la terminologie, mais il se rend compte qu'il s'agit d'une tâche ardue auprès des travailleurs.

2) Le comité de francisation n'est pas un lieu d'affrontement mais d'échange ; le syndicat a un rôle de surveillance. Il doit signaler à l'entreprise les écarts de conduite dans le processus de francisation ou même son inactivité dans certains domaines.

3) On a constaté un essoufflement au sein des entreprises, et maintenant on assiste à une relance, ce qui est un signe encourageant.

4) Le rôle que les syndicats sont appelés à jouer dans le processus de francisation n'en est pas un seulement de surveillance mais d'application pratique dans le domaine de la terminologie, c'est-à-dire que le syndicat doit s'assurer que les travailleurs utilisent la terminologie préconisée.

RECOMMANDATIONS

1) Que les syndicats se mettent en rapport avec les services linguistiques pour bénéficier de leurs ressources.

2) Que les services linguistiques se mettent également en contact avec les dirigeants syndicaux pour leur offrir leurs services.

TABLE RONDE

Les voies de l'avenir pour les communications en français dans l'entreprise

Président de séance :
Michel Guillotte
Directeur général du CLE

Animateur :
René Deschamps
Directeur des Services linguistiques, Bell Canada

PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE

DIRECTION DE L'ENTREPRISE

Manon VENNAT, vice-présidente,
Contentieux, AES

SERVICES LINGUISTIQUES

Hélène De CORWIN, directrice,
Direction de Montréal,
Bureau des traductions,
Secrétariat d'État

TRAVAILLEURS

Jean-Pierre NÉRON, permanent
au Service de l'éducation de la
Fédération des travailleurs et
travailleuses du Québec

MONDE DE L'ENSEIGNEMENT

Jean-Guy MILOT,
conseiller pédagogique,
Commission des écoles catholiques de Montréal

ÉTUDIANT

Jean ROUSSEAU, étudiant
en chimie

ÉTAT

Gaston CHOLETTE, président de
la Commission de protection de
la langue française

Jean-Yvon HOULE, directeur,
Direction des services à la clientèle
Office de la langue française

Michel Guillotte - L'atelier de cet après-midi a pour objet de parler de l'avenir, d'essayer dans toute la mesure du possible de dégager des solutions pour l'avenir, également. C'est ce que vont tenter de faire les participants à cette table ronde.

Avant de céder la parole à notre animateur, je voudrais remettre en perspective un certain nombre de considérations qui nous apparaissent importantes pour la poursuite du dossier linguistique. Je ne voudrais certainement pas m'aventurer dans une mise en rapport des propos tenus hier par Jean-Claude Corbeil et Jean-Paul Létourneau. Il y a, par contre, un certain parallélisme que j'aimerais mettre en relief. D'abord la question de la nécessité, de la légitimité d'une loi pour ce qui est de la poursuite d'un objectif comme celui de la francisation du Québec. Je pense qu'une loi a été et demeure nécessaire à tout le moins pour fixer le cadre et les règles du jeu au point de départ. Cependant, et ceci étant dit, toute loi est et demeurera tout à fait insuffisante à assurer la motivation des citoyens et particulièrement à assurer le bon déroulement de ce qui reste à faire au chapitre de la francisation des entreprises. On s'adresse dorénavant à des questions de motivation, des questions de comportement et des questions surtout qui devraient remettre en cause ce sentiment de sécurité apparente que les citoyens du Québec, pour la plupart d'entre eux, semblent avoir acquis depuis une dizaine d'années. Je me permettrai de définir simplement quatre grands éléments qui, pour ma part, me sont apparus garants du passé récent, à tout le moins des douze dernières années, en matière linguistique et qui m'apparaissent toujours demeurer également des éléments porteurs d'avenir.

Le premier de ces éléments, c'est que la francisation, encore et toujours, dans la situation où nous sommes placés particulièrement, doit découler d'une volonté politique clairement exprimée.

Le deuxième élément, c'est que cette volonté politique doit être affirmée ou réaffirmée périodiquement aux leaders de la société et particulièrement, bien sûr, aux chefs d'entreprise.

Le troisième élément, c'est que l'entraînement par la base, et notamment par la motivation et par le comportement linguistique des travailleurs et des employés d'entreprises, est et demeure indispensable. Et cela, sous peine de voir les mesures qui ont été prises, qui ont été mises en place pour assurer la francisation, demeurer lettre morte ou, au mieux, demeurer peu efficaces.

Le quatrième élément enfin, c'est que, encore et toujours, c'est l'opinion publique - et elle seule - qui dira ou répétera son intention, son désir de continuer à vivre en français et de se développer en français au Québec et particulièremet dans l'économie et dans les nouvelles technologies. Il y a évidemment beaucoup d'autres critères qu'il faudrait prendre en considération, mais ces dimensions-là me paraissent avoir existé dans le débat linguistique depuis une quinzaine d'années au Québec et être encore, en 1986, des éléments avec lesquels il faudra composer, autour desquels il faudrait réfléchir.

Pour discuter de façon plus concrète de l'avenir du français dans les entreprises, nous avons réuni des intervenants des grands milieux, les grands partenaires de cette opération que sont la direction des entreprises, les services linguistiques d'entreprises et d'organismes d'État, les représentants des travailleurs, des représentants du monde de l'enseignement, (monde dont on a beaucoup parlé et dont on parle beaucoup à chacune des tribunes où on se penche sur la question de la langue), des représentants des étudiants, (ceux qui prendront la relève de nos travaux), et des représentants, évidemment, de l'Etat qui a le mandat de gérer l'évolution linguistique du Québec.

Nous avons demandé à M. René Deschamps, réputé pour ses qualités d'animateur, d'animer les débats de cet après-midi. Vous trouverez la notice biographique de M. Deschamps dans votre pochette. Il est le directeur des services linguistiques de Bell Canada. Alors, voilà ce que j'avais à dire comme entrée de jeu.

René Deschamps - Au terme d'une expérience gastronomique d'une journée et demie au cours de laquelle on nous a gavés de hors-d'oeuvres variés, et de plats de résistance copieux, nous

voici rendus au dessert. Les profiteroles linguistiques, le Saint-Honoré de l'entreprise, le Forêt Noire de la francisation. Pour ceux qui l'auraient déjà pris, voici plutôt le digestif qu'ils pourront déguster, bien calés dans leur chaise droite. Nous avons le privilège d'avoir avec nous une brochette exceptionnelle de tablerondistes - c'est un néologisme de bonne facture ; c'est Madame Kerpan qui me l'a dit - qui évoluent dans des mondes différents, mais dans le même univers. Je m'empresse donc de vous présenter votre table d'hôte, pourtant tous à la carte. Au menu, pour le spécial du mercredi, l'avenir des communications en français.

Jean-Yvon Houle est actuellement directeur des services à la clientèle de l'Office de la langue française.

Hélène De Corwin est, depuis septembre 1981, directrice du bureau des traductions du Secrétariat d'État et je crois même qu'elle est maintenant directrice de tous les bureaux du Québec.

Jean-Pierre Néron est un permanent au service de l'éducation de la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec.

Gaston Cholette est président de la Commission de protection de la langue française.

Jean Rousseau, étudiant à la maîtrise en chimie à l'Université de Waterloo, est actuellement représentant du milieu étudiant universitaire au comité consultatif du Conseil de la langue française sur l'enseignement du français, langue maternelle.

Jean-Guy Milot est coordonnateur cadre en évaluation des apprentissages et en supervision pédagogique, service des études à la CECM.

Manon Vennat, qui a déjà été directeur général du Centre de linguistique de l'entreprise, est maintenant vice-présidente au contentieux chez AES.

À la lumière de ce qu'on a entendu depuis hier matin, on peut établir un bilan de la situation actuelle du français dans l'entreprise, mais quelles sont les voies de l'avenir pour les communications en français dans l'entreprise? En fait, il faudrait peut-être se demander si demain on va parler français dans l'entreprise et d'ailleurs dans toute la société des travailleurs. À en juger par les articles fracassants qui ont paru ces derniers temps dans les quotidiens, il est permis d'entretenir certaines inquiétudes. On a mis à la une le français, qui est dans une position précaire, vraiment. Il ne faut pas oublier d'ailleurs que la francisation, ce n'est ni une vasectomie, ni une ligature des trompes ; il n'y a rien d'irréversible. Personne ne veut de débat politique ici, mais il faut bien reconnaître que tant qu'on ne pourra dissocier politique et langue, l'orientation de l'État comptera pour beaucoup dans le dossier linguistique.

Pour mettre les points sur les «i», est-ce qu'il n'y en a pas qui éprouvent depuis le 2 décembre dernier une certaine crainte, une sorte de malaise du moins, quant à l'avenir du français chez nous? À tort ou à raison, mais c'est leur droit de penser de cette façon-là. Il y a aussi les optimistes qui constatent les progrès, les progrès énormes, qui on été réalisés depuis une dizaine d'années et on a même entendu des dirigeants d'entreprise venir nous dire qu'ils s'étaient engagés dans la périlleuse et folle aventure de la francisation il y a plus de 20 ans.

On est donc en droit de s'attendre à une poursuite des efforts dans ce sens. D'un autre côté, les entreprises sont coincées dans la crise que nous avons traversée et dont nous ne sommes pas encore complètement sortis. Et la francisation, ça coûte cher, du moins selon certaines entreprises. Les entreprises n'ont qu'une priorité aujourd'hui : la rentabilité.

Faire de l'argent, le plus d'argent possible, comme disait Jean-Claude Corbeil hier. C'est normal. Alors, les entreprises auront-elles assez de moyens financiers demain pour achever

ce qui a été amorcé de si brillante façon? Mais je ne vois pas du tout pourquoi on se pose tant de questions sur l'avenir de la langue. N'y a-t-il pas une loi qui nous protège, et qui veille discrètement, très discrètement?

«Les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français», dit la loi. Et plus loin, «L'employeur rédige dans la langue officielle les communications qu'il adresse à son personnel. Il rédige, il publie en français les offres d'emplois ou de promotion», quand il y en a. Alors on peut donc dormir en paix, la loi nous dit quoi faire, d'autant plus qu'on peut aussi compter sur la fierté inébranlable des travailleurs de chez nous. En effet, le mot fierté est revenu souvent dans les interventions jusqu'ici. Parlons-en donc justement de cette fierté. Aussi, je demande, par exemple, à Monsieur Houle : est-ce vous y croyez à cette fierté des travailleurs pour remplir le rôle qu'on attend d'eux dans la francisation? Autrement dit, croyez-vous sincèrement que les travailleurs, le monde ordinaire, ont assez de coeur au ventre pour réaliser la francisation sans que l'État soit là pour les pousser dans le dos? Je dois dire en passant que je ne suis pas ici pour mettre les gens en boîte ; j'ai rencontré chacun des membres de la table ronde auparavant, je sais d'avance ce qu'ils pensent et je connais leurs idées. Je m'adressais donc à M. Houle qui parlait de cette fierté des travailleurs, pour l'entendre s'exprimer là-dessus.

J.-Y.H. - Je dirais que oui, si c'est ce que vous souhaitez, oui, je crois à la fierté. Je pense toutefois que vous vous attendez à un peu plus d'explication.

Je crois que l'avenir des communications dans l'entreprise passe nécessairement par les travailleurs. Il n'y a pas de doute là-dessus. Quelques bonnes raisons appuient cette affirmation ; d'abord, il y a une loi qui leur en garantit le droit et, ensuite, ils ont le nombre. Alors quand tu as le droit et le nombre, ça fait deux bonnes qualités pour obtenir ce que tu cherches, dans la mesure évidemment où la majorité le veut. Mais si on prétend cependant qu'il y a un avenir pour la communication en français hormis les travailleurs, je peux toujours faire un acte de foi, (j'y ai été habitué et j'en serais encore capable) mais ça tiendrait vraiment du miracle. Donc, je me souviens, lors de la dernière commission parlementaire qui nous a donné la loi 57, des

entreprises qui, dans leur mémoire, ont dit à juste titre d'ailleurs, - et le CLE a également insisté là-dessus - qu'elles ont fait tout ce qu'elles avaient à faire dans l'accomplissement du programme de francisation. Effectivement, si on regarde ça d'un oeil très juridique, les entreprises avaient fait ce qu'elles avaient à faire. Et là, on nous disait qu'on atteignait maintenant la limite puisqu'il subsistait une certaine forme de résistance chez les travailleurs francophones qui ne sont pas encore tout à fait convaincus de vouloir travailler en français. Si effectivement cette conviction-là ne devient pas plus forte, ou si je croyais que cette conviction-là n'est pas plus forte, je serais très pessismiste parce que je ne pense pas que l'on puisse franciser en dehors des travailleurs. Mais j'ai la conviction que la majorité de la population a un souci de parler une langue meilleure, améliorée. La qualité de la langue au Québec, à mon point de vue, s'améliore. C'est pas par un parler plus pointu, c'est pas une position buccale qui inspire ça, mais évidemment, je reprends des propos que j'ai entendus hier, se sont des notions un peu profanes qui me font dire que la qualité s'améliore.

Je pense que l'un des exemples c'est celui de la terminologie de l'automobile. Il y a quelques années à peine, lorsque dans la rue on entendait une conversation où quelqu'un parlait de pare-choc, instinctivement on voulait savoir qui parlait aussi bien que cela.

Aujourd'hui, c'est quand on entend rarement « bumper» qu'on veut encore savoir qui est-ce qui n'a pas compris. Avant, on parlait de «tire», aujourd'hui quand on entend «tire», c'est parce qu'on parle de Canadian Tire, avec leur fameux catalogue. Ceux qui étaient ici hier le savent. Maintenant on parle de pneu, alors je me dis que ce souci-là se dénotant au sein de la population, les travailleurs ne font pas exception au contraire, et je constate, j'espère que M. Néron viendra à un moment ou l'autre, si c'est pas aujourd'hui, un jour ou l'autre confirmer que les travailleurs sont de plus en plus désireux de travailler, et de vivre, et de consommer en français, mais moi je suis optismiste parce que je pense qu'ils le veulent. Si on m'affirmait le contraire, on se reverra.

R.D. - De cette fierté-là on passe à une certaine solidarité, M. Néron. Vous affirmez dans le hall d'entrée de la F.T.Q., rue Papineau, «100 ans de solidarité chez les travailleurs».

Alors, cette solidarité des travailleurs, est-ce que vous la retrouvez dans les efforts de francisation au sein des entreprises?

J.-P.N. - Le mot solidarité c'est un grand mot, c'est un mot qu'on utilise souvent dans le langage syndical, des fois on ne sait pas trop ce que ça veut dire. Est-ce que les travailleurs sont finalement solidaires dans cette francisation-là? Je dirais que oui, s'il y a plusieurs conditions qui sont remplies pour que les travailleurs et travailleuses soient impliqués dans la francisation, dans le processus de francisation.

À la FTQ, on a commencé depuis très longtemps à s'occuper de francisation, mais particulièrement depuis quelque temps on est en train de réactiver nos comités de francisation. Et on fait des journées d'information où on explique ce qu'est le rôle des membres du comité de francisation et là, on apprend plusieurs choses. Par exemple, quand on regarde l'implication des travailleurs dans certains secteurs, on constate que parfois ils ne veulent pas accepter la nouvelle terminologie. Et moi, une des questions que je pose aux travailleurs c'est : «Si, par exemple, demain matin l'entreprise vous donne tous les manuels, tous les lexiques en français, qu'est-ce qui va se passer? Comment le monde va réagir à ça? Comment allez-vous être capables de faire en sorte que les travailleurs puissent s'approprier ces choses-là?» Et la réponse est celle-ci - il y a plusieurs réponses, mais une en particulier, c'est celle-ci : il ne faut pas que les gens aient le choix. Par exemple, dans les secteurs où il y avait des machines ayant toujours fonctionné en anglais, on a essayé d'introduire des mots en français. On a eu beaucoup de difficultés, ça prend beaucoup de temps, il faut impliquer les travailleurs.

Quand, en revanche, dès le départ on introduit une machine en français, il n'y a pas de problème, il n'y a pas de phénomène de rejet, le monde travaille tout de suite en français.

Donc, c'est un processus où il faut impliquer les travailleurs et les travailleuses pour pouvoir franciser les entreprises. Moi, j'avais une réaction lorsque tout à l'heure on parlait de fierté, et j'avais le goût de réagir hier aux propos de M. Létourneau qui parlait de la fierté.

Il est certain que les travailleurs sont fiers de travailler dans leur langue et comme citoyen aussi on est fier de pouvoir s'exprimer dans cette langue-là. Mais ça ne va pas très loin si on se contente simplement de se renvoyer la balle en disant : il faut être fier. Depuis 20 ans que je suis au Québec, j'ai vu une partie de l'évolution mais je ne sais pas ce que sera l'avenir du français. Il y a du monde hier qui a dit : si on s'était réunis ici il y a 200 ans, on n'aurait pas su ce que signifiait l'état du français. Ça, c'est évident.

Dans 200 ans, je ne sais pas du tout, moi non plus, ce qu'il adviendra du français, mais il y a une chose certaine : c'est que depuis les 30 dernières années, ça bouge beaucoup plus vite dans le secteur des communications, - c'est pas aux gens de Bell que je vais dire ça. - Vous savez à quelle vitesse ça fonctionne, vous savez l'apport de la télévision et des sociétés de transports. On ne vit plus aujourd'hui dans le même milieu, alors qu'on a assisté pendant peut-être 150 ans à une lente évolution.

Alors il y a des conditions. La loi est une des premières conditions. Quand on parle de la fierté, rappelons-nous, il y a 20 ans, quand on allait dans les magasins comme Ogilvy, par exemple. La fierté, c'était quoi? La fierté, c'est de dire : vous ne voulez pas me servir en français, je m'en vais, je vais chez Dupuis. C'est juste ça, la fierté. Mais moi, je n'ai pas le goût tous les jours de faire les frais de la fierté. Par exemple, vous êtes cinq en ligne qui attendez au comptoir, puis il y a un commis qui vous parle en anglais... mais vous avez besoin de votre produit, alors la fierté ça a des limites.

Donc s'il n'y a pas des implications dans la loi, des choses très très fortes, des effets d'entraînement, on va tous aller individuellement. Quand vous me parlez de la solidarité, pour nous à la FTQ, la solidarité ce sont des actions collectives,

c'est simplement quand on est ensemble et quand on a une législation ensemble qu'on peut faire des actions beaucoup plus solides d'ailleurs, mais pas individuellement.

R.D. - Maintenant, la loi y est pour quelque chose. Mais si on n'observe pas la loi, qu'est-ce qui arrive, M. Cholette?

J.P.N. - Je pense que c'est à M. Marx qu'il faudrait poser la question!

G.C. Si on n'observe pas la loi, les citoyens s'adressent à la Commission de protection de la langue française. La plupart du temps, bien sûr, il vont essayer de régler eux-même le problème, si le problème est à leur portée. Par exemple, si quelqu'un achète un objet dans un magasin sur lequel il ne lit pas un seul mot de français, si le mode d'emploi n'est pas en français, il va peut-être avoir une discussion avec le vendeur, au comptoir. Peut-être, s'il insiste, va-t-il réussir à parler à quelqu'un en autorité dans le magasin, mais de toute manière ce genre d'intervention ne peut pas aller très loin, parce que le problème ne se situe pas à ce niveau-là. Le problème est chez le fabricant.

S'il fallait que chaque consommateur, chaque fois qu'il ne trouve pas un produit avec du français, se mette à écrire au Japon, aux Etat-Unis ou ailleurs et qu'il ait une correspondance qui va durer de 5 à 6 ans, peut-être obtiendrait-il des résultats? C'est évidemment rêver en couleurs que de s'imaginer que c'est par ce moyen-là, en comptant uniquement sur les interventions d'individus isolés, qu'on va régler le problème. Bien sûr, c'est par là qu'il faut commencer, il faut avoir une première réaction, mais on ne peut pas quand même influencer les choses plus qu'à un certain niveau quand on est un consommateur individuel dans un magasin, ou quand on est dans une autre situation où sa langue n'est pas respectée ou est même quelquefois bafouée.

Donc, après ça, on s'adresse à la Commission de protection de la langue française. A la Commission, on a quand même un certain nombre de moyens pour agir, mais ce sont loin d'être des

moyens aussi extraordinaires que ce qu'on peut s'imaginer. Je crois que malheureusement on n'est pas conscient du tout des lacunes énormes qui existent dans la loi lorsque vient le temps de la faire respecter. Les gens ne sont pas au courant de ça. La Charte de la langue française a été, très heureusement, un merveilleux traitement de choc, il y a quelques années, mais elle finit par devenir, dans une certaine mesure, un soporifique. On s'imagine que tout est pris en charge par l'Etat, que tout va bien, etc., et puis on s'endort. Alors que nous qui sommes chargés d'appliquer la loi, de la faire respecter devant les tribunaux, on se rend compte au contraire qu'il reste à peu près un article à l'heure actuelle qu'on peut faire respecter par les tribunaux : c'est l'article 57 sur les factures, les reçus, les quittances. Parce que, quand il s'agit de ces choses-là, il est facile de prouver que la facture a été commandée par l'établissement qui est là, là où on a acheté le produit. On peut prouver que c'est là qu'on l'a reçue, c'est facile de faire une preuve et c'est un article qui, lorsqu'on l'amène devant les tribunaux, ne crée pas de problème. Mais, il n'y en a pas d'autre article dans la loi. Il y avait bien l'article 58 sur l'affichage public, mais, comme vous le savez, il n'y a plus de poursuites maintenant, ce qui fait que, à l'heure actuelle, en dehors de l'article 57 et d'un ou deux autres articles qui n'ont pratiquement pas d'importance, il n'y a plus rien qui puisse être tranché par les tribunaux d'une manière favorable à la langue française. C'est considéré comme anticonstitutionnel dans une bonne mesure, à la suite de jugements de tribunaux. Dans une foule d'autres cas, eh bien, c'est symbolique!

M. Deschamps a lu au début deux articles qu'il a pris dans le chapitre sur les droits linguitiques fondamentaux. Tout le monde a le droit de se faire servir en français, le travailleur a le droit de travailler en français, n'importe qui a le droit que communiquent avec lui en français, l'Administration, les entreprises, les ordres professionnels, etc. Mettez tout ça ensemble, puis prenez les articles particuliers qui viennent préciser, quelquefois renforcer, d'autres fois limiter ces déclarations fondamentales et, quand vous arrivez avec ça devant les tribunaux, il ne vous reste plus rien, vous n'avez plus rien.

Les articles 45 et 46 qui parlent des droits des travailleurs d'exercer leur travail en français, qu'on n'a pas le droit de refuser de les engager ou de leur donner une promotion s'ils ne savent pas d'autre langue que le français, ainsi que l'article 41, cité par M. Deschamps, dit que l'employeur doit

rédiger ses communications en français : tout ça est allé devant les tribunaux, tout ça a toujours échoué. L'article 41 par exemple a été porté devant la Cour d'Appel du Québec. L'article 41 dit bien que l'employeur rédige en français les communications à son personnel. La Cour d'Appel a décidé que cet énoncé voulait dire uniquement les communications qui s'adressaient à l'ensemble du personnel. L'ouvrier, lui, qui est seul et qui reçoit une communication en anglais, s'il n'a pas rouspété tout de suite, - soit au moment où il a été engagé, soit au moment, après l'adoption de la loi, où il y reçu une première communication en anglais, s'il n'a pas écrit pour dire qu'il voulait que ça se fasse en français, - aujourd'hui, s'il veut porter plainte, et si ça va devant un tribunal, c'est foutu. Il aurait fallu qu'il l'exige dès le départ. C'est ce que la Cour d'Appel a décidé.

C'est la même chose pour un client qui va chez un médecin. Le tribunal a encore une fois complètement rejeté les prétentions de celui qui se plaignait et les prétentions de la Commission. Quelqu'un va chez un médecin : tout se passe en français oralement. Quand le rapport arrive, parce que c'est une affaire de révision d'indemnité d'accident de travail, il est entièrement écrit en anglais. L'ouvrier insiste pour l'avoir en français, le médecin dit : moi, je ne suis pas capable de rédiger en bon français un rapport médical. Bon alors! Il s'est adressé à la Commission.

L'Ordre des médecins s'est rangé du côté du médecin pour défendre le droit de ce dernier de rédiger son rapport en anglais, pas pour défendre le droit du patient de recevoir quelque chose en français. La cause a été portée devant le tribunal et le tribunal a décidé qu'il aurait fallu que le patient demande tout de suite un rapport en français.

Alors vous voyez ça, vous allez chez le médecin, tout se passe en français ; il faudrait deviner que le rapport qui va venir va être en anglais. A ce moment-là, il est trop tard, on ne l'a pas demandé au début. Je vous suggère de lire mon rapport annuel. C'est un très gros document qui traite de tous les articles de la Charte de langue française qui font l'objet d'intervention de la part de la Commission. J'avais commencé l'année précédente avec les articles 45 et 46 ; cette année, j'ai pris tout le reste. J'ai dit : voici ce qui arrive quand on transmet un dossier

au ministère de la Justice ou quand on va devant un tribunal. Ça ne marche pas, ça ne marche pas du tout! Si ce n'était de la fierté, je vous garantis qu'on n'irait pas loin.

La fierté, on l'avait dans les années où j'étais président de l'Office de la langue française, mais il n'y avait pas de loi. Qu'est-ce qu'on faisait à l'Office? On disait au monde d'être fier. On écrivait des affiches, on en mettait dans les autobus, un peu partout dans les endroits publics. Soyons fiers, parlons français ; bien parler, c'est se respecter. Qu'est-ce que vous voulez, les gens faisaient ce qu'ils pouvaient.

Mais, comme disait Michelle Lalonde dans son article «Destination 80», à cette époque-là, quand elle prenait l'autobus n° 80, elle passait rue du Parc et voyait tout l'affichage dans lequel il n'y avait pas un mot de français. Bien parler, c'est se respecter! Très bien, je veux bien faire ma part personnelle, mais tout ça influence quand même la condition du français. Je n'y peux rien ; il faut une intervention de l'État.

Quand on pense que l'État français lui-même a une loi linguistique ; les gens travaillent à la renforcer. Je ne comprends pas qu'on puisse nous demander, à nous autres Québécois, de nous rabattre sur la fierté puis de penser qu'avec ça, avec une somme de 6 millions de fiertés individuelles, qu'on va faire une politique linguistique, c'est pas vrai!

R.D. - Êtes-vous en train de nous dire, M. Cholette, qu'il faudrait modifier la loi ou bien y mettre des dents, ou bien l'appliquer rigoureusement?

G.C. - Lisez mon rapport. À chaque article que j'étudie, quand il y a une faiblesse, je fais des recommandations pour son amélioration.

R.D. - Voir le rapport du président de la Commission de protection de la langue française. Maintenant, il y a certainement des progrès qui ont été accomplis depuis août 1977. M. Milot, on est rendu, je pense bien, au point où les jeunes parlent bien français aujourd'hui, écrivent très bien leur français. On voit les résultats concrets, n'est-ce pas?

J.-G.M. - La critique qu'on fait de l'école est très, très curieuse. La crise au sujet du français est une crise qui est permanente. C'est curieux qu'une crise soit permanente. Il y a une phrase assez extraordinaire que j'ai relevée et je vais vous demander de deviner en quelle année elle a été écrite. C'est la phrase suivante :

«Les élèves sortent de nos collèges aussi ignorants de leur langue maternelle que s'ils avaient été élevés chez des étrangers». (Réponse : écrite en 1730).

Tout ceci pour dire que l'école a un certain pouvoir d'action sur la qualité du français, mais on est peut-être trop exigeant. Vous avez fréquenté l'école et vous avez vu que dans une école il y a toutes sortes d'élèves et on peut quasiment affirmer d'une façon catégorique qu'il y a au moins 20 à 25 % des élèves qui n'arriveront jamais à maîtriser le français écrit, par exemple. Et ils sont sur le marché du travail ou ils vont y aller. On a fait une enquête en 1974 à la CECM auprès de 27 000 élèves, une façon d'échapper au hasard. Dans cette enquête-là, tous les élèves répondaient au même test, de première secondaire à cinquième secondaire.

Croyez-le ou non, il y avait 30 % des élèves de première secondaire qui avaient des scores égaux à 50 % des élèves de cinquième secondaire. Autrement dit, les élèves ont des aptitudes fort différentes et on ne pourra pas exiger que tous arrivent à une même performance en français. Le Ministère a l'intention d'établir des seuils, je ne sais pas à partir de quels critères il va les établir. S'il établit des seuils à partir d'une moyenne, il vient de condamner 50 % des élèves à ne jamais avoir leur diplôme d'études secondaires. Il faudra trouver d'autres façons de procéder pour établir des exigences, si on veut.

D'autre part, je disais tout à l'heure qu'on exige beaucoup de l'école parce qu'on oublie qu'il y a une certaine partie de sa clientèle qui sera incapable d'atteindre les standards du français. On oublie également que l'apprentissage du français, ça ne se termine pas fin secondaire. Et plusieurs d'entre vous, probablement, se rappellent avoir été obligés de continuer d'apprendre d'une façon ou d'une autre au-delà du secondaire. Parce qu'il y a des rythmes d'apprentissage qui sont différents.

Alors, il y a un autre mythe qu'il faut tuer, c'est que pour tous les élèves l'apprentissage du français se terminera fin secondaire V, le 30 juin.

Il reste quand même que l'école peut modifier les choses et puis peut-être avoir un apport intéressant pour l'industrie. Quand on regarde de quoi vit l'entreprise au plan langagier, l'entreprise vit de bail, de compte rendu, de règlement, d'article d'information, de publicité, etc.

Dans le passé, l'école a été passablement méprisante pour ce type de discours. On était loin de vouloir les aborder, on préférait que les élèves travaillent à faire de belles descriptions de l'automne et de jolis poèmes naïfs.

Les nouveaux programmes proposent d'une façon systématique, autant au primaire qu'au secondaire, que les élèves soient initiés - et au secondaire ça va très loin - à tous ces types de discours à caractère informatif. Le compte rendu, le bail, les articles d'information, etc. C'est nouveau, ça fait 5 ans que les programmes sont sortis, mais ils sont encore en phase d'application, comme on peut dire.

C'est une certaine révolution dans la mentalité scolaire que d'aborder d'une façon rigoureuse des textes qui sont, au fond, très exigeants au plan de la logique, au plan linguistique également. C'est très nouveau, il y a encore de la résistance. Il y a un autre changement que l'école devra faire. Dans certains coins, c'est passablement fait mais il y a un autre changement que

l'école devra absolument faire pour que le français devienne très significatif pour les élèves.

En plus d'avoir une espèce de calque du français utilisé dans la société, il faudra que l'école devienne archi-convaincue qu'il ne suffit pas de développer des connaissances pour qu'une habileté se développe. Ce n'est pas seulement en enseignant la grammaire et de la logique de texte qu'on va arriver à développer chez les élèves une excellente maîtrise. Il faut absolument que les élèves aient de nombreuses occasions de jouer le rôle de lecteur, de jouer véritablement le rôle de scripteur. Et puis, qu'ils se regardent jouer. On peut prendre un exemple extrêmement simple, un apprenti golfeur qui joue 2 ou 3 parties dans une année ne peut pas obtenir de score intéressant. Or, actuellement, l'organisation scolaire au secondaire est telle que, souvent, dans certaines classes, les élèves écrivent un, deux ou trois textes au cours d'une année. Qu'on ne s'imagine pas qu'au bout les élèves soient capables d'écrire un texte cohérent et, en plus, de bien articuler.

Il y a des changements à faire dans l'école, certains sont en train d'être faits. D'un autre côté, il ne faudra pas attendre de miracles de l'école, parce que l'école ayant une clientèle très diversifiée, les apprentissages se font à des rythmes différents. Et j'ajouterais un dernier élément, celui de la motivation. J'aurais aimé pendant une demi-heure faire l'éloge de la motivation ou des appétits. La motivation, ça vient par l'environnement, par le contexte, par ceux qu'on fréquente. Ça ne vient pas artificiellement. Il y a toujours des motivations artificielles, mais ce sont les moins rentables. Si, dans l'entreprise, il ne s'établit pas un rapport de nécessité et de signifiance entre le français et les activités qu'on y mène, les adultes que les élèves fréquentent vont donner aux élèves une image du français non nécessaire, non signifiante et cela a des conséquences sur la qualité des apprentissages.

J'ai fait le tour de certaines écoles comme, par exemple, à Moncton, à Toronto, et l'école Étienne-Brûlé à Winnipeg. Je vous assure que dans ces milieux-là, comme le français n'a pas de rapport de nécessité avec les activités professionnelles, sociales, économiques, je vous assure que cela a des conséquences dans l'école. Juste un tout petit exemple. À Moncton, des élèves

faisaient de la conjugaison française en épelant les mots en anglais ; je sais. (J-E-S-A-I-S) Et je pourrais vous donner d'autres exemples de ce genre-là.

Alors l'école est un organisme qui a un certain pouvoir, limité, et ce même pouvoir est influencé par d'autres facteurs. Particulièrement, par l'image qu'on a du français, qu'on transmet aux enfants et cette image-là n'est pas une image de nécessité et de signifiance. Qu'on n'en demande pas trop à l'école parce que ça influence les décisions des parents, ça influence les décisions des citoyens sur l'organisation scolaire.

R.D. - Alors du primaire et du secondaire, on passe à l'universitaire - Jean Rousseau, les jeunes vont-ils communiquer correctement en français, demain?

J.R. - À l'heure actuelle, les universités, tout comme les cégeps, considèrent que le français relève du secondaire et de l'élémentaire, c'est-à-dire que, là encore, on considère que les étudiants qui arrivent au niveau universitaire ont les acquis, ont une base suffisante pour pouvoir s'exprimer correctement, que ce soit par écrit ou oralement. Mais, comme vous l'avez souligné, comme de nombreuses interventions l'ont mis en lumière, ce n'est pas le cas.

Est-ce qu'il faut voir là un désintéressement face au français ou un manque de considération à l'endroit du français? Moi, je le croirais. Face au domaine scientifique, face au domaine technique, on a eu tendance à considérer que le français est un élément important mais qui n'avait pas une place primordiale par rapport aux autres domaines de connaissances. Il m'a été donné d'entendre souvent, de la part de professeurs, qu'il n'était pas nécessaire de bien savoir écrire, que les logiciels de traitement de texte suppléeraient les manques des étudiants.

Et de nombreux étudiants m'ont dit eux-mêmes ; «C'est plate, je fais 30 fautes par page de texte que j'écris, mais c'est pas grave ; ma secrétaire va me corriger». En espérant que sa secrétaire sache écrire...

Cette mentalité-là, elle est couramment véhiculée dans les milieux d'enseignement universitaire et même, je dirais, au niveau cégep. On a malheureusement tendance à accepter cette situation déplorable. On se dit que ce n'est pas notre priorité, qu'on est là pour former des étudiants à une formation technique, et, en conséquence, que les autres niveaux d'enseignement prennent leurs responsabilités puisque nous, on a assez de travail comme ça. C'est vraiment, à mon avis, lâcher la serviette, laisser tomber ses responsabilités, parce que l'université tout comme le cégep a une responsabilité face aux élèves qui leur arrivent. Ça correspond, au niveau cégep, à une infime minorité des étudiants qui sortent du secondaire. Au niveau universitaire, c'est 8 % de la population.

Alors on peut se demander si, comme société, il est normal qu'un étudiant universitaire ne sache pas écrire, ou ne sache pas s'exprimer correctement. Parce qu'en fin de compte, c'est l'entreprise qui est pénalisée, qui écope des coûts que représentent ces inaptitudes chez les étudiants, chez les finissants. On a dit à plusieurs reprises que l'entreprise n'avait pas à payer pour ça. Dans les faits cependant, ce qui se passe, c'est ma constatation, les services linguistiques semblent suppléer aux manques de leurs employés, que ce soit en donnant des cours de rédaction ou des cours de communications écrites et verbales.

À mon avis, la situation n'est pas si catastrophique que cela ; il y a quand même des initiatives qui sont prises. Je différerais d'opinion avec M. Milot lorsqu'il dit que nous sommes peut-être trop exigeants envers notre système d'éducation. Je crois que nous devons l'être, et l'être encore plus, à tous les niveaux. Je suis d'accord toutefois qu'il est peut-être utopique de croire que tous les étudiants devront savoir écrire parfaitement et s'exprimer également parfaitement. Il va falloir accepter dans notre société un taux d'échecs, c'est-à-dire que des étudiants soient incapables d'écrire d'une façon valable, mais il faut quand même qu'ils puissent déchiffrer un bon de commande, qu'ils soient en mesure de pouvoir dire à leur contremaître : «Je ne suis pas d'accord», ou «d'accord ça va, je comprends». Mais dans un niveau de connaissance plus spécifique, les étudiants devraient avoir des moyens de se rattraper, que ce soit au niveau cégep ou au niveau universitaire. Comme le dit M. Milot, la connaissance des besoins langagiers ne s'arrête pas au niveau secondaire, c'est toute la vie qu'on a besoin de s'améliorer.

Au niveau cégep, M. Leclerc, hier, l'a mentionné : on n'enseigne pas le français, on enseigne la littérature. On ne corrigerait pas les textes des élèves parce que ce serait, jusqu'à un certain point, s'abaisser. Au niveau universitaire, on n'a pas les outils techniques, par exemple, pour que les étudiants dans certaines disciplines soient familiarisés avec les spécificités langagières de leur discipline. Que ce soit dans les disciplines comme le génie, les sciences pures, l'administration.

Face à cela, il y a quand même des gens qui s'en rendent compte : «c'est incroyable, je fais nombre de fautes, je ne suis pas compris, ça va me pénaliser». Alors il y a des initiatives qui se prennent. J'aimerais vous en citer une : à l'Ecole Polytechnique, les étudiants ont demandé à l'administration que, au cours de méthodologie, un cours de communication orale et écrite soit instauré et ils l'ont obtenu. Il ont montré que, effectivement, leurs rapports étaient illisibles, qu'il y avait énormément de problèmes. Alors ils ont obtenu ce cours-là qui est implanté, je pense, depuis un an. Ce qu'on a constaté, c'est une très forte amélioration de l'écrit, du français écrit des étudiants, et surtout un changement d'attitude de leur part face au français. Parce que, pour eux, au début, le français c'était bien beau, mais pas très important ; cependant, une fois qu'ils ont passé à travers ces tests, qu'ils se sont rendus compte qu'ils étaient incapables d'écrire ou du moins d'écrire d'une façon satisfaisante, ils en ont compris toute l'importance.

Et ce qui est également ressorti, c'est l'importance de l'aspect concret et utilitaire pour la motivation des étudiants lors de l'apprentissage du français. C'est là, à mon avis, que l'entreprise a un rôle à jouer. On déplore le fait que le ministère de l'Éducation tolère des situations semblables. Alors c'est la faute des professeurs, c'est même la faute des étudiants, ça prend de la discipline, c'est l'effort pour revenir aux bonnes vieilles méthodes. C'est le discours qu'on entend à l'heure actuelle, mais qu'est-ce qui va changer? On déplore, on se plaint ; les entreprises ont payé mais peu de gestes sont posés concrètement.

À mon avis, l'entreprise a une très grande responsabilité face à la situation actuelle du français. On l'a dit : c'est l'environnement qui va déterminer la motivation qu'on va avoir

face au français. On a mentionné hier que la promotion socio-économique du français va devenir un facteur extrêmement important dans l'apprentissage du français. Et je suis d'avis que c'est effectivement le cas. Lorsqu'on se rendra compte que travailler en français c'est possible, surtout que c'est payant, on va peut-être avoir beaucoup plus d'intérêt à vouloir enseigner le français et, chez l'étudiant, à vouloir l'apprendre.

Faut pas se leurrer, les étudiants vont se diriger vers les domaines de pointe, des domaines qui vont leur permettre d'avoir les meilleurs emplois si c'est possible de se donner la formation qui va être la plus en demande sur le marché du travail. S'ils savent que le français est un atout et une nécessité dans les entreprises, ils vont faire en sorte qu'il y ait des cours qui suppléent à leur manque de formation en français, du moins certains étudiants l'exigeront mais ce sont justement ceux-là qui vont entraîner les changements. Encore faut-il qu'ils sachent que le français représente quelque chose d'important pour l'entreprise. A ce moment-là, il faut qu'il y ait des choses et des gestes qui se posent à l'avance.

R.D. - Peut-être qu'on pourrait revenir un peu plus tard sur les points principaux. Alors on arrive à l'entreprise justement. Madame Vennat représente la direction des entreprises et elle va sans doute nous dire qu'il n'y a aucun problème dans les grandes entreprises et que tout se fait en français!

M.V. - Il faut qu'on ait un peu d'optimisme ici parce que c'est très déprimant de vous écouter. J'ai beaucoup d'optimisme parce que j'ai vécu le dossier linguistique de l'entreprise depuis les débuts, c'est-à-dire depuis le rapport Gendron et je me rappelle une phrase qui m'avait bien frappée dans ce rapport. C'était que, en 1972, la langue commune des Québécois, c'était l'anglais. Or, en 1986, la langue commune des Québécois, c'est le français. Je ne parle pas de la qualité, je parle de la langue comme telle, c'est le français.

Premièrement, nous avons de la chance et, peut-être ici faut-il que je vous trace un portrait plus global des choses parce que, de par mon activité ou mes activités, contrairement à celles

de M. Cholette, je ne m'occupe pas directement de cas individuels de francisation ou de problèmes, mais je regarde le portrait général que nous avons au Québec. Je vous assure que je suis très optimiste parce que, en 1986, pour les années 80, pour ce qui est des facteurs déterminants de la francisation, aussi loin qu'on pourra aller, ça ne sera pas vraiment la législation linguistique qui aura la première place, mais bien la francophonisation.

Et pour moi, c'est là où on s'en va. C'est-à-dire que nous sommes arrivés à une conjoncture socio-économique où nous avons une population plus éduquée parce que, pendant les années 60, nous avons connu la refonte du domaine social et la réforme du système d'éducation.

Deuxièmement, nous avons eu des bouleversements, et j'appelle ça les bouleversements des années 70, qui ont changé pour toujours, et la population québécoise, et même la population canadienne.

Troisièmement, nous avons une conjoncture économique qui nous a permis de passer à travers les récessions et les années 1986 et 1987 seront de très bonnes années.

En réunissant tout ça, nous nous apercevons que les Québécois, les Québécois francophones, ont le vent dans les ailes et que, comme vous le savez, c'est dans les PME que nous allons trouver la croissance économique au Québec et, surtout, que les PME, ce sont les francophones qui sont là pour les créer.

De plus, en ce qui concerne les PME, notons que les bouleversements des années 70 ont fait en sorte que les Québécois anglophones ont eu à faire face à un réaménagement. Et ceux qui sont ici aujourd'hui l'ont accepté. Ça veut dire que, pour les années 80, la haute direction des entreprises dont les sièges sociaux sont au Québec a adopté un style de gestion différent qui ne mettra pas de barreaux, de barrières pour l'emploi du français où c'est raisonnablement possible. En ce qui concerne les communications écrites, les communications orales jusqu'à un certain

niveau dans l'entreprise, je pense qu'on peut prendre pour acquis que dans l'entreprise moyenne - et je ne parle pas des très petites entreprises où il y a 5, 6 ou 7 employés, je parle des entreprises qui ont au moins 100 employés, - je pense que dans ces entreprises-là, les communications d'ordre général, les procédures, les politiques d'entreprises, vont continuer d'être conçues par les employés en anglais et en français, ou en français seulement, selon la région, selon l'entreprise.

Par contre, il faut être réaliste. Et à ce sujet, je pense que les francophones ont le vent dans les voiles. Les entreprises où il y a de la croissance au Québec sont gérées par des francophones comme Bertrand Nadeau, comme Pierre Lortie, comme les Laurent Beaudoin, les Raymond Royer. Mais ces gens savent très bien parce qu'ils participent à tous les comités qui sont en train de mettre sur pied le processus de la négociation du traité de libre-échange, ils savent très bien que, pour survivre économiquement, il nous faut aller vers les marchés extérieurs, ça veut dire qu'il faut parler anglais. Il faut connaître la langue anglaise, il faut pouvoir négocier en anglais, parce que notre partenaire principal c'est les Etats-Unis. Et, ici, les gens, les Québécois se leurrent à penser qu'à la haute direction des entreprises on va pouvoir fonctionner en français, en grande partie en français. Je pense qu'il y a énormément de progrès qui a été fait parce qu'il y a beaucoup plus de francophones à la direction des entreprises. Mais il faut vraiment être réaliste, savoir qu'on va avoir besoin de l'anglais pour prendre les occasions qui s'en viennent dans le domaine du commerce extérieur.

Une autre chose que j'aimerais souligner, c'est ce que je lisais dans un des journaux de ce matin et j'ai fait venir les statistiques à ce sujet. J'ai été assez surprise de voir, si on parle de commerce extérieur et d'occasions de faire avancer nos marchés, nos produits à l'extérieur du Canada et à l'extérieur de l'Amérique du Nord, que, pour ce qui est du bilinguisme, c'est-à-dire la connaissance du français et de l'anglais, par pourcentage, le groupe le plus bilingue au Québec dans le moment, ce sont les anglophones de 15 ans à 24 ans.

Ce qui veut dire que les anglophones qui sont restés au Québec parlent français. Les jeunes sont intéressés à participer, et même les moins jeunes. Je vous assure que les poucentages sont

quand même très élevés. Et le pourcentage des anglophones qui se disent bilingues ou qui déclarent pouvoir fonctionner en français s'est amélioré grandement. Ce sont des anglophones du Québec dont je parle. Ce qui veut dire que, s'ils sont déjà bilingues, ils vont avoir l'occasion de transiger avec l'extérieur. Et je voudrais que, malgré le fait que nous voulions accroître la qualité du français, ce qui est très important, et cela va se faire par la francophonisation surtout, je voudrais être certaine que les Québécois francophones comprennent qu'il va falloir fonctionner convenablement en anglais, surtout ceux qui doivent communiquer avec l'extérieur du Québec, et c'est ce qui s'en vient si notre province veut devenir plus riche.

R.D. - Il y a au moins deux personnes qui auraient voulu vous donner la réplique immédiatement. Mais je vois que le vent pousse l'oiseau ou la voile du côté de Madame De Corwin au Secrétariat d'Etat. Naturellement, au gouvernement fédéral, vous, vous êtes au-dessus de tout cela, je veux dire la loi sur la langue officielle. Je veux dire que tout se fait en anglais, peut-être des fois en français?

H. De C. - Moi, je pense que je vais aborder le problème en gestionnaire que je suis : gestionnaire de services linguistiques. Puisqu'on m'a proposé de parler de l'avenir des communications, - j'imagine que c'est de cela qu'il est question en ce moment, c'est-à-dire de l'avenir du français dans les communications - je me dis que, si on veut un avenir, il faut certainement le préparer, ce qui veut dire qu'il faut planifier ce qu'on veut et, si on veut planifier, il faut certainement définir.

Il y a trois grands mots qui me reviennent constamment à l'esprit depuis qu'on se parle, c'est «définition», «organisation» et puis «concertation». Parce qu'on a parlé de beaucoup de choses, de valeur émotive, de prise de conscience, de vigilance constante, tout ça c'est très beau, mais il va peut-être falloir définir aussi. Pour moi, sans définition, je ne sais pas où on s'en va. Est-ce qu'on ne va pas toujours tourner en rond si on ne définit pas le contexte dans lequel nous situons l'avenir du français? Les intervenants et les représentants sont tous ici. C'est l'Etat, c'est la famille, on a même eu quelqu'un qui nous l'a bien rappelé ; il y en a d'autres aussi qu'on peut nommer : le monde des travailleurs, les usagers, l'employeur, l'entreprise. Et quand je

parle de définition, ça veut dire quoi? Je pense qu'il va falloir définir d'abord «communication», qu'est-ce qu'on entend? Le français dont on parle, c'est quel français? Parce qu'il faut bien dire que la compétence linguistique ça comprend le lire, le comprendre, le parler, je dirais l'entendre d'abord aussi. C'est là où ça commence très tôt dans la famille et dans le ventre de la mère, comme on l'a vu hier.

Il va falloir définir les priorités et les exigences, parce que c'est ce qu'on voit quand on dirige les services linguistiques. On nous dit de donner des services linguistiques. Il faut voir avec la clientèle ce qu'elle entend par ce produit, ce service linguistique et quel niveau, quel degré de compétence, de qualité, etc. Moi après ça, avec ça, je me dis : quels sont les employés dont je dispose pour donner ce type de service?

Est-ce que c'est nécessairement tous des gens qui doivent être capables d'écrire à tel niveau parfaitement, de parler de tous les domaines dans les langues de spécialités à la perfection, etc. C'est pour ça que je pense que les définitions des priorités, des attentes, des exigences par chaque intervenant et de tous les intervenants sont extrêmement importantes. Sans ça, on va demander tout et puis on n'aura rien, parce qu'on ne saura pas exactement ce qu'on attend.

La même chose envers l'enseignement. Je suis tout à fait d'accord qu'il y a des faibles et des médiocres en français, il y a toujours eu les forts en français dans tous les systèmes d'éducation. Il y en a toujours eu des forts en langue et des faibles en langue. Il va falloir donc qu'on sache jusqu'où on veut mener chacun et quelles sont les exigences précises des métiers, des professions, des niveaux dans l'entreprise, des postes.

Donc, il y a les définitions qui doivent venir du monde du travail. Il y a aussi, à ce moment-là, les exigences dont vont s'assortir ces définitions. Et puis, il va falloir que l'école réponde, par exemple, en diversifiant la méthodologie d'apprentissage de la langue. Je suis d'accord qu'on ne peut pas mener tout le monde à manier la plume comme les grands hommes de lettres, ce n'est pas vraiment nécessaire et je ne pense pas que ce soit ce

qu'on vise réellement. Et là, il y a des méthodologies très intéressantes ; on peut faire apprendre une langue très vite à un certain niveau ou degré de compétence ; je le sais parce que j'ai assisté à beaucoup d'expériences dans le domaine. On est capable d'apprendre le grec classique en un an et demi ou deux ans à quelqu'un qui veut faire de la philosophie antique par des méthodes modernes d'apprentissage de la langue. Donc, ça se fait ces choses-là, assez pour bien comprendre la langue, peut-être pas pour l'écrire, par exemple. D'abord, il faut définir où on veut les compétences et ensuite il faut développer les moyens et, pour cela, il faut qu'il y ait concertation, à savoir : qui fait quoi et jusqu'où. Ça demande de la concertation, parce que les ressources, elles, sont limitées ; elles sont limitées dans nos services linguistiques ; elles sont limitées de plus en plus dans le monde de l'enseignement aussi. Vous savez que c'est là notre gros problème à l'heure actuelle : tout le monde doit donner un produit X, mais toujours avec des ressources réduites. Ça demande donc la concertation des ressources, une fois qu'on a vraiment défini les besoins et alors on organise les besoins selon les responsabilités de chacun. Là, on se concerte pour en arriver au produit qu'on veut obtenir. C'est un peu comme ça, moi, que je vois la situation.

À ce moment-là, oui, il y en a certainement de l'avenir pour le français. Et je dirais qu'il faut qu'il y ait un avenir pour le français parce que, il faut bien le dire, - et ici je ne veux pas nous donner un rôle de martyr, ou quoi que ce soit, - ce qu'on est en train de faire en défendant l'avenir du français, c'est, en fait, de défendre l'avenir de toute grande langue nationale contre une hégémonie qui est très évidente. L'hégémonie anglo-américaine, elle, est réelle, elle est là, tout le temps, très vivante et qui peut nous envahir de toutes les façons. On parlait de la télématique, de l'informatique et de tout l'effort qu'il y a à faire dans ces domaines-là. Je pense que le français se prête beaucoup à être la langue conversationnelle avec l'ordinateur ; on a des gens qui, en ce moment, travaillent dans le domaine et sortent des logiciels intéressants ; pour ça, il faut être très vigilant.

J'aurais peut-être une autre chose à dire, il va certainement falloir déboucher. Nous, évidemment, c'est le problème : on travaille dans un domaine de bilinguisme, de traduction, bon, c'est très bien qu'on essaie de plus en plus par l'aide à la rédaction, les conseils linguistiques, la collaboration des personnes-ressources de redonner aux concepteurs, aux créateurs,

l'outil qu'ils créent dans leur propre langue ou qu'ils conçoivent dans leur propre langue. Et ça, c'est peut-être notre besoin le plus pressant. On parlait de notoriété qui pousse les gens à vouloir diffuser très vite leurs nouvelles idées, leurs belles pensées, donc, à le faire en anglais plutôt.

À force de penser en anglais, de rédiger en anglais, on finit par ne plus être capable d'utiliser ce bel outil qu'est le français et qui est peut-être le seul outil dans le monde indo-européen capable d'exprimer vraiment sans aucune ambiguïté, sans aucune ambivalence, les notions et la pensée. Et à ce moment-là, la rédaction parallèle, je pense qu'il ne faut pas l'oublier, nous, on la remet à l'honneur dans certains domaines.

Alors là, l'école pourra créer de nouveaux postes, des postes de rédacteurs, rédacteurs techniques, des rédacteurs dans tous les domaines. Il y a un marché, là, parce que l'industrie en demande. Encore une fois, ce sont des besoins à faire connaître et c'est une formation particulière. C'est aussi une garantie pour la survie du français que cette rédaction parrallèle à côté du concepteur et du créateur parce que, nous le savons, il n'y a pas d'avenir dans une langue qui n'est, uniquement, qu'une langue de traduction.

R.D. - Je vois déjà qu'il y a M. Néron et après M. Houle qui ont des commentaires à faire.

J.-P.N. - J'avais le goût de réagir, Madame de l'entreprise. Ça ne vous surprendra pas que, dans les syndicats, on ne soit pas tout à fait d'accord. C'est pas nouveau!

Madame disait qu'il faut être vigilant. Bon, tout à l'heure, je disais que l'avenir du français passe par une volonté politique qui s'exprime par une loi et une protection ; c'est le premier critère. Elle s'exprime aussi par l'implication des travailleurs et des travailleuses dans le processus de francisation des entreprises. C'est déjà amorcé, peut-être pas autant qu'on le devrait parce qu'on s'est dit qu'avec une loi on va être protégé

et, finalement, on s'est peut-être un peu assis. Maintenant, on est en train de se réveiller. Il y a un autre point : tout à l'heure, on disait que la situation a changé pour toujours, que les anglophones ont accepté les affaires, c'est fini. Mais quand on parle de francisation, il ne s'agit pas simplement de franciser les entreprises, il faut s'assurer aussi que l'environnement soit en français. Parce que le facteur d'entraînement est très important.

Si je regarde, et c'est pas simplement depuis le 2 décembre, là-dessus je pense que depuis le 2 décembre on a arrêté. Là on ne sait pas où est-ce qu'on va, je pense que la situation n'est pas irrémédiable ; tout dépend de ce qu'on va faire, comment on va réagir. Mais le processus ça fait quand même une couple de mois, je dirais même avant, qu'il est embrayé dans le sens où on s'est laissé aller. On a même entraîné du monde, par exemple, le fédéral. Je ne sais pas si vous prenez le pont, si vous restez sur la Rive Sud. Au début, le fédéral avait des affiches unilingues françaises sur les ponts. Quand il a vu qu'on laissait aller les choses, là, il est revenu au bilinguisme.

Je vais vous donner un autre exemple, on mentionnait la Baie qui est revenu à des affiches bilingues. Dans les restaurants, par exemple, comme McDonald, on est revenu à un affichage bilingue. On a tous été dans des restaurants où la serveuse francophone se retourne pour commander les plats en anglais à un propriétaire grec. Cet effet d'environnement, il faut absolument qu'il soit donné par de grandes chaînes, qu'il soit donné par la législation et par cette volonté-là. Alors, de plus en plus, je me dis que ce n'est pas vrai que les anglophones ont accepté ce genre de situation. Il y en a certains qui l'ont accepté, mais je pense qu'il suffit de se promener dans l'ouest en ce moment pour voir que la situation du français est très précaire. Elle est précaire et elle sera toujours précaire. Je pense qu'il ne faut pas se leurrer. Il faut absolument avoir une législation, il faut aussi avoir une fierté, c'est vrai, mais il faut avoir une législation. Ensuite, il faut avoir des outils parce que les intervenants hier l'on dit, on est 2 % de la population en Amérique du Nord. Les Anglais, les Américains ont un effet d'entraînement très important, alors il y a des choix politiques.

On peut décider, comme le dit Madame, avec des statistiques que je voyais, qu'on s'en va tout de suite à l'anglais. C'est un choix qu'on pourrait faire. Mais je ne pense pas que ce soit le choix que nous, à la FTQ, on a le goût de faire. Au dernier congrès, les travailleurs et travailleuses ont fait ce débat-là pas seulement sur la francisation des entreprises, mais aussi sur l'affichage et c'est très clair que, à la FTQ, on a une politique d'affichage unilingue. Quand on se promène à travers le Canada, on a tout de suite la réponse ; alors je pense qu'ici il faut prendre un peu ces moyens-là.

Un autre élément : on parlait tout à l'heure des anglophones qui finalement prennent des places parce qu'ils parlent français, parfait. C'est-à-dire s'ils parlent français et puis qu'ils vivent en français, j'ai pas de problème avec ça, moi. Mais il faut savoir aussi que la loi 101 a fait en sorte que les francophones ont pris des places. Alors, si on veut aussi garder nos places, eh bien il faut savoir qu'on va encore avoir plus de places avec une loi beaucoup plus forte, parce qu'on est les plus nombreux.

M.V. - J'aimerais juste commenter rapidement. Je suis d'accord avec vous qu'on a besoin d'une loi, je n'ai pas dit qu'il faudrait révoquer la loi. Tout ce que j'ai dit, c'est que la loi ne serait pas aussi importante dans les années 80 que la francophonisation. Parce que ce sont des francophones qui ont pris en main le contrôle économique du Québec et c'est eux qui devront donner le ton pour fonctionner en français. Et puis, je dois également vous dire que ces mêmes francophones sont en charge des Provigos et des grandes entreprises. Même s'ils fonctionnent à l'intérieur de l'entreprise en français, les grandes négociations qu'ils font, les aménagements qu'ils doivent faire avec ces entreprises extérieures du Canada, les expansions vers les Etats-Unis, ça ne sera pas en français.

Et aussi pour la direction des entreprises, pour les sièges sociaux, on va avoir besoin de l'anglais. Pour les autres niveaux, c'est une autre affaire. C'est tout ce que j'avais à vous dire.

J.-P.N. - Moi, je suis d'accord avec vous. Comme vous dites, on aura toujours besoin de l'anglais, c'est évident, à certains niveaux. Là-dessus, ce n'est pas notre prétention de dire qu'on veut éliminer l'anglais. Ce que je ne voudrais pas laisser comme message, c'est de faire croire que, finalement, si on a pas l'anglais au Québec on ne pourra pas travailler. Et je pense que c'est ça le message. C'est de faire en sorte de dire que par ce biais-là, on s'en va vers la bilinguisation et c'est ça que je ne voudrais pas voir arriver. Mais c'est certain et c'est un peu normal de penser qu'on va avoir toujours besoin de d'autres langues pour pouvoir travailler avec l'étranger. C'est évident.

M.V. - Mais d'un autre côté, on a un certain avancement à travailler exclusivement en français. À certains niveaux, il faut penser qu'on aura peut-être besoin de l'espagnol ou de l'anglais.

J.-Y.H. - En somme, Madame Vennat, ce que vous dites c'est qu'il faut s'assurer de produire en français au Québec et de vendre dans la langue du client. Parce que la Charte de la langue française, ce qu'elle veut, c'est que l'on travaille en français, que l'on produise en français et que l'on vende dans la langue du client. Que l'on vende en japonais à des clients japonais. Que l'on vende en anglais à des clients anglophones, mais que l'on produise en français. Vous savez, toute cette question d'avenir de la communication en français - et je ne reviens pas sur mon optimisme, je confirme que je demeure très optimiste, mais ceci dit, tout optimiste que je sois comme vous là-dessus, on n'est vraiment plus semblable pour le reste - ce que j'allais dire, c'est que la question même qui fait que nous soyons ici, c'est : y a-t-il avenir?

N'oublions pas que ça fait 12 ans qu'il y a une loi linguistique qui est en vigueur au Québec. Et après 12 ans d'application d'une loi, - depuis juillet 74, M. Cholette, vous vous en souvenez, vous, de la loi 22 - on en est toujours à se demander : y a-t-il un avenir? Donc, c'est une très bonne question. Poser la question ce n'est pas nécessairement y répondre. Vous savez, lorsqu'on veut préconiser la francisation, il y a toujours un risque que nos propos soient interprétés comme allant à l'encontre d'une autre langue. D'ailleurs, c'est le langage sybillin de la Charte. On ne parle jamais de l'anglais, c'est toujours d'une autre langue, mais tout le monde a bien compris que l'autre langue c'est l'anglais. Si parmi vous quelqu'un pensait que

c'était d'autre chose, je vous informe que l'interprétation libérale de la Charte, c'est que l'autre langue c'est l'anglais.

Maintenant, ceci dit, voyons les statistiques. D'abord, vous savez qu'il y a trois sortes de mensonges ; les vôtres, les miens et puis ceux des autres. Mais de dire que le groupe le plus bilingue actuellement est celui des jeunes anglophones de 15 à 24 ans, je trouve ça heureux, mais ça ne me désarçonne pas. C'est dans la nature des choses que 10 % d'une population dans un bassin de 80 % décident de se bilinguiser. Je trouve ça tout à fait normal. Mais en disant ça, vous ne l'avez pas dit, mais d'autres avant vous me l'ont tellement répété souvent et ça c'étaient certains de mes amis anglophones, ils me disaient : «Avec la Charte, le problème qui va arriver, c'est que tes enfants seront unilingues français, les miens seront bilingues. Donc, dans le fond vois-tu, tu penses que tu as une loi qui te protège, mais au fond, ce n'est pas toi qu'elle protège, c'est encore nous autres». Là je me disais ; ça se peut pas, ça se peut pas!

Alors, j'ai repris ce raisonnement-là et j'ai des indications profanes qui m'indiquent que depuis l'adoption de la Charte de la langue française, le nombre de Québécois bilingues est en croissance. Alors ça veut dire, - j'espère M. Milot que vous serez d'accord avec moi, vous qui êtes notre expert, - que plus on maîtrise sa langue maternelle, plus on a de facilité à apprendre une deuxième, une troisième et puis une quatrième langue. Alors je termine là-dessus, la francophonisation, et c'est un fait indéniable, est l'un des grands acquis de la francisation. Ce que l'on doit souhaiter cependant, c'est que ceux qui ont bénéficié de la francophonisation ne s'imaginent pas que les générations montantes n'ont pas besoin de profiter du même régime. Que ceux qui ont profité de la francophonisation soient capables d'évaluer à sa juste valeur la nécessité d'une deuxième langue.

Quand on est dans un rapport de force de un contre 55, c'est évident que parler la deuxième langue est un outil bien important, mais il faudrait que l'on continue et que ceux qui sont en poste continuent cette opération de francophonisation sans penser qu'ils posent un geste qui pourrait s'assimiler à une forme quelconque de racisme. Parce que, vous savez, les vertus, lorsqu'elles s'entrechoquent, créent des demi-vérités qui sont difficiles à consulter.

R.D. - Merci beaucoup. M. Cholette avait demandé la parole.

G.C. - Je pense qu'il est bon d'insister sur le fait que la politique de francisation du Québec n'a jamais voulu dire l'utilisation exclusive du français au Québec. Il faut toujours revenir là-dessus parce que, même si c'est évident, il y a des mythes qui persistent. La politique de francisation du Québec vise finalement l'utilisation maximale du français au Québec, c'est ça. Dans une entreprise, bien sûr qu'à un certain niveau pour les gens qui ont des commuications avec l'étranger, c'est évident, il faut une connaissance des langues des pays avec lesquels on traite. Mais par contre, ce qu'il faut justement combattre, c'est l'idée que si quelqu'un veut gagner sa vie au Québec, on va revenir comme ça se faisait autrefois : on va exiger de tout le monde, des balayeurs, des concierges, etc., qu'ils aient une connaissance importante de l'anglais. Parce que c'était ça la situation autrefois, c'est ça justement qu'il faut combattre comme situation qui a existé et qui pourrait dans une certaine mesure - je dis bien dans une certaine mesure, je ne veux pas faire des peurs à ce sujet - qui pourrait revenir. J'étais très très éclairé, très rassuré à l'occasion d'un voyage que j'ai fait en Europe au début de la politique de francisation, à l'époque dont Madame Vennat parlait, du rapport Gendron et des premières ébauches de la politique de francisation des entreprises. J'avais convoqué des représentants de plusieurs entreprises. Il y a 15 grandes entreprises qui avaient accepté d'être volontaires dans des expériences pilotes de francisation. Et sur un point, celui de la connaissance du français et de la connaissance d'une autre langue, on avait, sans aucun critère, tout simplement demandé aux gens ce qu'ils pensaient. On leur a dit : «Prenez votre entreprise, prenez tous les postes et puis mettez vis-à-vis de chacun le degré de connaissance du français, le degré de connaissance de l'anglais ou d'une autre langue qu'il faut pour remplir la fonction».

Eh bien! Il est invraisemblable de voir à quel point, à cette époque-là, les esprits étaient dans la brume. Je me souviens d'une entreprise à Trois-Rivières qui exigeait la connaissance de l'anglais pour je ne sais plus quel poste occupé par un ouvrier, parce que, une fois par mois environ, il y avait un camionneur italien de St-Léonard qui allait là et qui ne savait pas le français. Enfin, il fallait qu'il sache l'anglais ; c'est incroyable mais c'était comme ça.

On prenait pour acquis que finalement le français n'était pas la langue commune au Québec, qu'il fallait apprendre la langue de tous les autres et que le français ce n'était pas important. Quand je suis allé en Europe dans 14 entreprises multinationales, dans 7 pays différents, dont la Finlande, je me suis rendu compte d'une chose ; c'était constant, partout dans tous ces pays-là et dans toutes ces entreprises-là on avait envoyé à chacune un questionnaire qui avait été préparé en partie par M. André Déorn de la maison André Déorn et associés, et les entreprises là-bas l'avaient rempli et nous avaient remis les formules. Il y avait à peu près, en gros, 10 à 12 % des personnes dans ces entreprises qui devaient communiquer avec des étrangers, soit en lisant des documents qui venaient de l'étranger ou en écrivant à l'étranger ou en causant avec des étrangers. Ça touchait 10 à 12 % du personnel de ces entreprises et ça représentait à peu près 12 % de leur temps de communication, ce qui veut dire que, en gros, 90 % du personnel de l'entreprise pouvaient fonctionner très efficacement et l'entreprise elle-même pouvait fonctionner très efficacement dans la langue nationale avec 90 % des gens qui théoriquement auraient pu être unilingues dans leur langue nationale. Il suffisait qu'il y ait de 10 à 12 % des gens qui soient capables de communiquer avec l'étranger. Je ne vous dis pas que ça se vérifie dans toutes les entreprises, je parle ici d'entreprises multinationales. La production se faisait uniquement dans la langue du pays.

Alors, voyez-vous, ce qui est important de retenir, c'est qu'il y a moyen de pousser très, très, très loin l'utilisation du français, faire reculer la limite du français considérablement parce qu'on a tellement été conditionné, tellement qu'on s'imaginait ne pouvoir faire un pas en français dans le plus petit village. Quelqu'un qui se lançait en affaires s'imaginait que ça ne ferait pas sérieux de s'afficher en français et qu'il ne réussirait pas. Même s'il n'y avait pas un Anglais qui passait par là, pas un touriste américain, il fallait qu'il se donne une raison sociale anglaise. Je me rappelle, pas loin de Sainte-Anne-de-Beaupré, toutes les raisons sociales étaient anglaises, il n'y avait même pas de version française parce qu'il y avait des touristes.

Si les touristes ne pouvaient comprendre le français, ils ne feraient pas d'argent. Aujourd'hui, il n'y a plus un mot d'anglais sur tout le boulevard entre Québec et Ste-Anne-de-Beaupré et ils font autant d'argent qu'ils en faisaient. Ils en font

encore plus. Il y avait une entreprise qui était là pour réparer les voitures des Américains, c'était Ste-Anne Body Shop. C'était ça l'image du Québec ; finalement, faut qu'on en sorte. Le français, on peut l'utiliser considérablement pour gagner sa vie. Pour être obligé de gagner sa vie, il n'est pas nécessaire que tout le monde sache l'anglais. Il est utile que tout le monde sache le plus d'anglais possible. Mes enfants savent l'anglais ; ils l'ont étudié, ils sont allés dans des camps d'été. Mais ils maîtrisent leur français par exemple, ils savent l'anglais, mais dire que tout le monde doit savoir l'anglais pour pouvoir travailler au Québec, c'est faux.

On a toujours dit ça, on a toujours cru ça, on s'est conditionné par ça, faut en sortir.

R.D. - Je vois que le débat commençait à être pas mal intéressant. Malheureusement, il est rendu presque moins quart. Est-ce qu'on a le temps pour quelques questions de la salle? Je vous demanderais de parler très distinctement et fort parce qu'il n'y a pas de micros ou peut-être vous approcher près du micro ici. Parce que tout est enregistré. Alors je n'aurais pas dû dire ça, c'est mauvais.

Oui, il y a quelqu'un.

Questions

Intervention de M. Maurice Dumas, professeur, Cégep de Rivière-du-Loup. - Monsieur l'animateur, c'était très bon, mais je suis encore sur mon appétit. Je pense à tout ce qu'on a dit. Le portrait de l'avenir, je le crois quand même difficile, mais pas impossible. On a parlé de grands progrès ; cependant, la menace de l'anglais demeurera toujours. L'obligation pour ceux qui voudront avoir des postes importants en tant que francophones demeurera toujours.

Ceci m'amène à dire que nous sommes condamnés comme Québécois à l'excellence. Il faut être meilleurs que les autres pour avoir les mêmes postes. Et ce n'est pas tout de le dire, il faut se rendre crédible quand on le dit. Présentement, je crois qu'on n'a pas assez de crédibilité. Quand l'entreprise dit que les produits de l'école ne la satisfont pas, qu'on n'a pas la compétence linguistique qu'on attend, on les embauche quand même. Il faudra retrouver dans les faits les mêmes exigences que dans les propos.

Actuellement, ce n'est pas le cas, parce que nos jeunes ne croient pas, ne nous croient pas quand on dit que s'ils veulent un emploi plus tard, s'ils veulent grimper dans l'échelle sociale, ils devront bien maîtriser leur langue maternelle, et plus que ça, mettez-y une deuxième langue. Ils ne nous croient pas ; il faut se rendre crédibles. Quand le gouvernement établit une loi qu'il n'est pas capable de faire respecter, il perd sa crédibilité.

Quand le professeur dit à un étudiant : «Tu ne réussiras pas ta session», et puis au bout le gouvernement normalise les résultats, et l'étudiant réussit quand même à avoir son diplôme, il perd sa crédibilité. C'est là le gros problème, je crois.

Quand des parents promettent une punition à un enfant et qu'ils ne s'exécutent pas, ils perdent leur crédibilité.

Quand les parents, les professeurs, les entreprises n'ont pas le même langage, nous perdons tous notre crédibilité.

Alors, quand Madame parlait de concertation, je pense que c'est très juste.

R.D. - Il n'y a pas d'autres questions? Bon, on va terminer là. Je vous remercie beaucoup, tablerondistes, et puis, peut-être que Michel Guillotte aurait un mot à ajouter, non?

M.G. - Non, mis à part de vous reconvoquer pour 16 heures et quart pour la conférence de clôture. Pour le mot de la fin, il faudrait être optimiste et dire que l'avenir du français n'est pas encore derrière nous.

CONFÉRENCE DE CLÔTURE

Autour d'un proverbe chinois

Autour d'un proverbe chinois

JEAN MARTUCCI

Président du Conseil de la langue française

C'est un proverbe chinois qui devrait commander tout le processus de la francisation au Québec. Je l'ai trouvé sans référence précise (comme c'est le cas pour tous les proverbes, même quand ils viennent de moins loin!). Et ce proverbe dit : «Quand il y a dix lis à parcourir, le point de non-retour se situe au neuvième!».

La francisation des entreprises se situe au coeur même de la francisation tout court au Québec. Elle constitue la pierre d'angle de notre reconstruction linguistique. Tant qu'elle ne sera pas achevée, rendue du moins à son niveau optimal, rien de ce que nous bâtissons ensemble dans le domaine linguistique ne sera doté des bases solides et permanentes dont il a besoin.

La francisation du Québec s'édifie lentement sur cinq droits fondamentaux énoncés au début de la Charte de la langue française. Aucun n'est vraiment solide sans la francisation des entreprises. «Toute personne a le droit que communiquent en français avec elle l'Administration, les services de santé et les services sociaux, les entreprises d'utilité publique, les ordres professionnels, les associations de salariés et les diverses entreprises exerçant au Québec» (art. 2) ; mais si les entreprises ne savent pas toutes le français, ne l'utilisent pas ou se servent d'un français bâtard comme c'est souvent le cas, ce droit n'est plus qu'une farce. «En assemblée délibérante, toute personne a le droit de s'exprimer en français» (art. 3), mais s'il faut absolument savoir l'anglais pour prendre part aux discussions à certains niveaux des entreprises ou s'il faut le parler pour être compris et avoir voix utile au chapitre, ce droit fondamental comporte une

faille sérieuse. «Les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français» (art. 4), mais si, sans justification suffisante, il leur faut savoir l'anglais pour obtenir un emploi ou une promotion, ce droit devient trop fragile pour servir de base. «Les consommateurs de biens ou de services ont le droit d'être informés et servis en français» (art. 5), mais si trop d'entreprises restent unilingues anglaises ou dégurgitent un français de charabia dans des instructions qui sont une insulte pour les francophones, ce droit n'a plus aucun sens. «Toute personne admissible à l'enseignement au Québec a droit de recevoir cet enseignement en français» (art. 6), mais si elle doit d'abord savoir l'anglais pour prospérer au Québec, elle ferait mieux de ne pas trop faire fond sur ce droit fondamental.

La francisation réelle et maximale de nos entreprises, au-delà du réalisme nécessaire et des accommodements indispensables qui s'imposent au coeur d'un immense sous-continent anglophone, doit donc constituer un objectif primordial pour le Québec et être atteinte, sinon c'est tout l'édifice de la francisation qui s'écroulera tôt au tard. Lâcher sur ce point serait grave de conséquences mortelles pour notre avenir de peuple parlant français.

Après bientôt douze ans d'efforts, avec les lois 22 et 101, où en sommes-nous? Le simple intérêt des intervenants n'a pas suffi, la loi a fait beaucoup, mais la loi ne fait pas tout.

I - L'INTÉRÊT

Idéalement, la francisation des entreprises devrait surgir au point de rencontre entre l'intérêt des dirigeants et l'intérêt des travailleurs.

Voyons d'abord le degré d'intérêt des dirigeants. Quand une entreprise déploie ses activités au sein d'une population francophone à 83 %, ses dirigeants, même s'ils sont anglophones, auraient tout intérêt à attirer et mieux servir la majorité. L'image projetée par une entreprise constitue sûrement sa meilleure publicité. Une façon simple et efficace d'être bien perçu du

public, c'est de parler sa langue. Mais il y a tellement d'autres intérêts qui jouent et tellement de contraintes qui doivent être prises en compte que le souci du service immédiat et de l'image sociale ne suffit pas à les contrebalancer. Il faut, par exemple, exporter et importer ; il faut communiquer avec l'extérieur ; on dépend du contexte nord-américain ; il faut être rapide, efficace et productif ; la francisation canalise des énergies qui pourraient être utiles ailleurs. Personne ne pourra jamais blâmer des dirigeants d'entretenir ces préoccupations même si elles jouent contre la francisation.

À propos des dirigeants francophones, il faudrait normalement constater qu'ils auraient tout intérêt à pouvoir exercer dans leur langue maternelle les plus hautes fonctions. Mais personne ne les blâmera de ne pas en faire une condition *sine qua non* de leur avancement, surtout lorsqu'ils sont déjà parfaitement bilingues.

L'intérêt des travailleurs et des travailleuses est plus évident, surtout parce qu'ils sont le plus souvent unilingues français. Si la langue du travail coïncide avec leur langue maternelle, ils ont un obstacle de moins à franchir pour obtenir un emploi. Et, quand ils l'ont obtenu, ils n'ont pas l'impression de passer dans un monde étranger chaque fois qu'ils franchissent le seuil de l'entreprise où ils travaillent. Ils peuvent même plus facilement aspirer à certains postes de direction sans être liés à une connaissance indispensable de l'anglais, sauf exception.

Les conditions n'ont cependant pas souvent ce caractère idéal et l'intérêt pratique du travailleur ou de la travailleuse francophone se limite à ne pas avoir à connaître l'anglais pour occuper un emploi le plus souvent bien humble.

Quant aux membres des communautés culturelles, plusieurs peuvent se contenter de leur langue maternelle pour gagner leur vie sans même avoir à se poser des questions sur le problème linguistique ; d'autres, plus nombreux, sont attirés par l'anglais et ne s'en trouvent pas désavantagés ; ceux qui choisissent le français le font pour des raisons strictement économiques, sans avoir

les motivations culturelles, sociales et historiques des travailleurs francophones. Les membres des communautés culturelles constituent, sans le savoir, un excellent thermomètre du degré de la francisation réelle des entreprises et de la pénétration concrète du français dans le secteur économique. Ils choisissent la langue qui rapporte, la langue qui fait travailler. Si le français ne les attire pas, c'est un mauvais signe. Ils ne sont pas la cause, mais les témoins d'une francisation manquée ou inachevée.

On le voit, l'intérêt des dirigeants et l'intérêt des travailleurs, même conjugués, ne suffisent pas à faire surgir spontanément la francisation des entreprises. Celui des travailleurs est plus marqué, mais le rapport des forces est inégal. Ceux qui ont plus d'intérêt ont moins de moyens, et ne sont pas partie décisionnelle aux politiques et à la direction de l'entreprise.

On peut penser à l'incitation. Quand l'intérêt spontané ne suffit pas, les mesures incitatives ont pour fonctions d'ajouter un intérêt supplémentaire qu'on va chercher là où l'on peut. On trouve même parfois des modèles d'incitation qui ne sont pas une simple invitation verbale à la francisation, mais font de la francisation une condition nécessaire pour l'obtention d'un autre bien ou d'un privilège. Tous cependant ne seront pas nécessairement intéressés. Dans les causes difficiles, commandant des efforts substantiels et généralisés, l'incitation constitue une option peu efficace. Reste alors la loi.

II - LA LOI

Une des fonctions premières de toute loi consiste à corriger le déséquilibre des forces dans une société, à donner du poids à qui en a moins, à prêter une voix à qui n'en a pas. C'est ce que vise la Charte de la langue française. Au chapitre de la francisation des entreprises, la loi 101 ne se comprend en profondeur que dans cette perspective.

Pour corriger la faiblesse d'une main-d'oeuvre très majoritairement francophone soumise, au moment de la promulgation de la loi, à une direction le plus souvent unilingue anglaise, qui

impose sa langue comme condition d'emploi et de promotion, comme moyen de communication et comme cadre des négociations, la loi 101 exige que les plus puissants sachent, et utilisent la langue des plus faibles. Pour conférer plus de pouvoir à ceux qui n'en ont pas assez, elle les fait siéger de façon obligatoire aux comités de francisation. Pour éviter de mettre un fardeau trop lourd sur les épaules des petites entreprises et d'exercer une pression insuffisante sur les plus grandes, la loi 101 ne fait qu'inviter à la francisation celles qui comptent moins de 50 employés, mais elle exige un programme de francisation de celles qui en comptent plus de 50 et elle impose des comités de francisation à celles qui comptent plus de 100 employés. On peut remettre en question ces dispositions, mais leur souci d'équilibre ne doit pas être abandonné. Pour s'assurer que la langue appauvrie des faibles, c'est-à-dire le français des francophones, ne s'appauvrisse davantage, elle commande qu'on facilite la création et la diffusion d'une terminologie française dans le milieu de travail. Pour éviter que ses propres dispositions n'affaiblissent les entreprises face à la concurrence ou face au marché extérieur, la loi 101 prévoit des ententes particulières et des exemptions. Pour contrer d'avance tout arbitraire ou tout abus de pouvoir de la part de l'organisme chargé de la francisation des entreprises, elle instaure même une commission d'appel.

Le souci d'équilibre est patent. Mais c'est surtout le souci de rééquilibrer les forces en présence qui est évident. Au moment de la promulgation de la Charte, la sous-représentation du français chez les dirigeants et le poids indû de l'anglais sur la masse francophone des travailleurs ne pouvaient plus être tolérés. Des succès indéniables ont été remportés. L'optimisme n'est pas sans fondement. Mais il s'agit maintenant de savoir si, après bientôt dix ans d'application de la Charte de la langue française, l'opération de rééquilibrage voulue par la loi a été réussie dans les faits au point que ses résultats sont assez fermes et substantiels pour avoir quelques chances de durabilité et même de permanence. Mais la loi 101 a ses limites, comme toute loi, et ne peut pas à elle seule assurer la transformation d'une société.

III - LES LIMITES DE LA LOI

Imposer sa langue par la force de la loi n'a rien de réjouissant pour une société.

Mais, à moins de former un gigantesque tout homogène, comme les USA jusqu'à hier, c'est une nécessité qu'a ressentie l'immense majorité des pays du monde (150 sur 170, dont 30 avec des lois aux dispositions très précises et très détaillées). Même nos voisins américains parlent de plus en plus de la nécessité d'une législation linguistique pour protéger l'anglais chez eux devant la montée fulgurante de l'espagnol. Déjà un projet de loi circule aux États-Unis dans ce sens. Le Québec n'est vraiment pas un oiseau rare dans le monde, encore moins un vautour de la coercition.

C'est inviter le Québec à un angélisme suicidaire que de prôner qu'il devrait se passer de toute législation linguistique pour ne faire confiance qu'à la fierté de ses francophones pour leur langue. «Qui veut faire l'ange fait la bête», et nous ne devons pas être plus bêtes que les autres.

Les gouvernements du Québec l'ont bien compris depuis bientôt vingt ans et notre gouvernement continue de le comprendre aujourd'hui. Je ne connais pas de parti politique au Québec qui prône l'abandon de toute législation en matière linguistique. Il est heureux et significatif qu'il en soit ainsi.

Mais si la loi peut faire beaucoup, elle ne fait pas tout. Elle a des limites. Elle comporte même des dangers. Il faut savoir le constater et se le dire avec franchise pour éviter les pièges.

Dès qu'apparaît une loi, dès que surgissent des règlements, dès que sont établies des règles précises pour atteindre un but, le meilleur soit-il, le danger s'élève de prendre l'écorce pour le noyau ; le danger d'espérer des formules et des formulaires ce qui ne peut venir que de la volonté de chacun ; le danger aussi de l'opposition entre ce qu'on fait et ce qu'on déclare ; le danger même de la contradiction entre ce qu'on pense et ce qu'on proclame. Et au bout de tous ces dangers surgit celui de se retrouver là où on était avant la loi elle-même.

Cette considération, un peu vague en elle-même, prend des aspects inquiétants quand on l'applique à la loi 101 au chapitre de la francisation des entreprises.

Aux yeux de ceux qui connaissent mal les problèmes concrets de la francisation des entreprises, la loi a tout réglé. Elle a créé, pense-t-on trop souvent, un mouvement désormais irréversible ; elle a lancé une transformation qui peut maintenant poursuivre sa route sur son erre d'aller ; le point de non-retour est atteint. S'il reste des acquis à préserver et de nouvelles zones à franciser, le citoyen peut dormir sur ses deux oreilles : il y a des offices et des commissions, des programmes et des certificats, des comités et des services pour s'occuper de tout cela. Et c'est ainsi que se perd une volonté populaire sans laquelle les lois, surtout les meilleures, finissent pas devenir vides de sens.

Parmi ceux qui connaissent bien les rouages de la francisation des entreprises, plusieurs ont appris comment les rendre inoffensifs. Comme disent les Italiens : «Fatta la legge, trovato l'inganno» - «Quand la loi est votée, on apprend vite à la contourner». Le certificat de francisation trône en bonne place, mais le programme qui y correspond tire de la patte, «vu les circonstances et étant donné la conjoncture», dit-on. Le comité de francisation se réunit pour la forme et, si la forme y est, les embêtements cessent : pourquoi s'en faire alors? Si quelqu'un se plaint ou devient trop curieux, entre gens de qualité, entre direction et autorité, on pourra toujours s'entendre. Et c'est ainsi que l'obligation devient l'échappatoire.

Pendant ce temps-là, parmi ceux qui ont la francisation à coeur, les moyens font gravement défaut : on ne trouve ni les sommes nécessaires ni les ressources humaines indispensables pour participer au projet et animer le milieu, à moins que ne soient renouvelées les subventions aux syndicats, qui ont prouvé leur efficacité pour une relance des comités de francisation ; on n'obtient pas l'information demandée sur ce qui se passe au plus haut niveau de l'entreprise ; on ne jouit pas de pouvoirs réels au sein des comités de francisation dont le rôle concret reste encore mal défini ; on ne sait plus comment dépasser la simple institutionnalisation du bilinguisme qui n'est qu'un ersatz de la francisation, là où on pourrait aller plus loin ; malgré les réalisations et les

succès indéniables, on attend toujours les outils indispensables pour assurer la diffusion et l'assimilation, je ne dis pas la production d'une terminologie vraiment et intelligemment française ; on n'a pas les possibilités de rejoindre la masse des non-syndiqués et des petites entreprises ; on espère encore que soient prises des mesures ou du moins une action dans le domaine linguistique. On attend toujours une concertation efficace, dynamique et systématique entre les entreprises et le monde de l'enseignement pour améliorer la maîtrise d'un français de qualité. On espère encore que les services linguistiques soient plus connus, mieux situés dans les organismes des entreprises et que disparaisse le préjugé sans fondement du coût supplémentaire qu'ils entraînent. Et la Commission de protection de la langue française espère pouvoir protéger plus que quelques débris de loi.

CONCLUSION

On me trouvera sans doute bien pessimiste. Mais à quoi servirait-il de nous réunir pour nous dire que tous nos objectifs ont été atteints alors que la réalité nous révèle le contraire? Le bilan n'est pas négatif, la francisation n'est pas en déficit, mais l'intérêt, qui de toute façon ne suffit pas, reste mitigé ; la loi, qui elle non plus ne suffit pas, en a endormi quelques-uns et a été apprivoisée, sinon, contournée, par quelques autres, et les moyens, qui eux ne suffisent jamais, restent en-deçà des besoins.

Pourtant ce colloque s'est tenu et a réussi. C'est la preuve que l'indifférence, le légalisme et les lacunes peuvent être vaincus ou qu'il existe du moins un espoir sérieux d'y arriver. Au nom du Conseil de la langue française, je veux remercier très chaleureusement ses partenaires dans cette aventure qui ne fut pas de tout repos : l'Association des conseils en francisation du Québec, le Centre de linguistique de l'entreprise et la Société des traducteurs du Québec. En participant avec eux à l'organisation et à la tenue de ce colloque, le Conseil a rempli une de ses tâches essentielles. Avec sa permanence et, surtout, ses douze membres venus des horizons sociaux, culturels et politiques les plus divers, il est là pour scruter la situation linguistique, recevoir les constatations et les suggestions de la population, écouter et informer le public afin de conseiller les autorités gouvernementales de façon éclairée et éclairante. Ce colloque lui aura fourni un éclairage original sur plus d'un problème et quel-

ques lumières pour les solutions à venir. La francisation des entreprises n'est pas terminée, mais elle est tout autre chose qu'un projet mort-né. Nous avons sans doute franchi plus de la moitié du chemin, mais «quand il y a dix lis à parcourir, le point de non-retour se situe au neuvième».

LISTE DES PARTICIPANTS

Liste des participants

ABRAN, Martin
Directeur
Service aux communications
Celanese Canada Inc.

ACHARD, Sylvie
Conseillère en rédaction
Hydro-Québec

AERTS, Katherine
Chef, Traduction
Via Rail Canada Inc.

AIRD, Andrée T.
Associée
Aird, Lemieux & Associés

ALI, Michèle
Réviseure
Secrétariat d'État

ARCHAMBAULT, Suzanne
Coordonnatrice linguistique
Canadelle Inc.

AUCUIT, Claudine
Conseillère en
communication écrite
Hydro-Québec

AUROUSSEAU, Jacques
Superviseur - Traduction
Pratt & Whitney Canada Inc.

AZUELOS, Claude
Directeur
Service de traduction
La Banque Royale du Canada

BALTHAZAR, Lise
Traductrice
Tip Top Tailors

BEAUDOIN, Jean
Chef
Service de traduction
Ford du Canada Limitée

BEAULNE, Emmanuelle
Traductrice à la pige

BEAUREGARD, Claude
Vice-président adjoint
Affaires publiques
Région du Québec
Bell Canada

BÉDARD, Édith
Secrétaire du ministère
Ministère des Affaires
culturelles du Québec

BÉLANGER, Adèle
Traductrice
Tembec

BÉLANGER, Claude
Conseiler en francisation
Office de la langue française

BÉLANGER, Nycole
Directrice des Services
linguistiques
Canadien National

BÉLISLE, Hélène
Coordonnatrice
de la francisation
Industries James Maclaren Inc.

BENDAHAN, Albert
Coordonnateur
Services linguistiques
Canada Trust

BERNIER, Jean-Pierre
Directeur
Services linguistiques
La Confédération
Compagnie d'assurance-vie

BERGERON, Diane
Conseiller en relations
internationales
Ministère des relations
internationales

BERTRAND, Ginette
Réviseure en chef
Société canadienne des postes

BIBEAU, Gilles
Professeur
Université de Montréal

BILODEAU, Jocelyne
Réviseure
Digital Equipment du Canada
Ltée

BOUCHARD-ARCOMANO, Carmen
Chef du service de traduction
Fiberglas Canada Inc.

BOUCHARD, Pierre
Responsable de recherche
Université de Montréal

BOUCHER, Johanne
Directrice de la traduction
IBM Canada Ltée
Services linguistiques

BOUCHEREAU, Yves
Président
Centre International ling.
Bouchereau

BOUILHAC, Diane
Coordonnatrice - Francisation
Laboratoires Abbott Ltée

BOURDON, Jean
Coordonnateur

BOURQUE, Jean-Louis
Directeur des Communications
S.S.J.B.

BOUTIN, François
Traducteur
Noranda Inc.
Division Matagami

BOUTIN-QUESNEL, Rachel
Terminologue
Canadair Ltée

BRAULT, Michelle
Réviseure
Bell Canada

BRISEBOIS, Louise
Traductrice
Transports Kingsway Ltée

BROUSSEAU, André
Coordonnateur
Département de français
Collège Bois-de-Boulogne

BRYANT, Luisa
Traductrice
Câbles Canada Ltée

BUTTIENS, Michel
Associé
Frenette, Boulanger,
Lefebvre et associés

CADIEUX-BENOIT, Roberte
Directrice-terminologue
Bell Canada

CAILLE, Sylvain
Traducteur en chef
Services linguistiques
Canadien National

CARRIER, Pierre
Directeur
Services administratifs
Conseil de la langue française

CASTELLARO, Mirna
Terminologue
Service de la traduction
Via Rail Canada Inc.

CAVALIERI, Clara
Spécialiste en évaluation
linguistique
Langues officielles
Via Rail Canada Inc.

CHAMPAGNE, Danielle
Coordonnatrice du Service
linguistique
Johnson & Johnson

CHAMPOUX-CADOCHE, Ariane
Traductrice juridique
Lafleur, Brown, de Grandpré

CHARBONNEAU, Denise
Agente des publications
Conseil consultatif canadien
du statut de la femme

CHARRIER, Jocelyne
Agent de formation
Téléglobe Canada

CHÉNARD, Louis
Traducteur
Buncor

COHEN, Betty
Indépendante

COMTOIS, Nicole D.
Directrice
Services de traduction
Laboratoires Miles Ltée

COPPIN, Mary
Directrice administrative
Société des traducteurs du
Québec

COULOMBE-LELION, Danielle
Responsable pédagogique
Centre de consultation linguistique

CORBEIL, Jean-Claude
Secrétaire général
Cirelfa

CORNIBERT, Geneviève
Chef de section
Secrétatiat d'Etat

CORRIVEAU, Jean-Paul
Traducteur-réviseur
Abitibi-Price Inc.

COSSETTE, Jean-Marie
Président général
Société Saint-Jean-Baptiste de Montréal

CRESSATY, Nadine
Traductrice principale
Spar Aérospatiale

DAIGNEAULT, Sylvie
Traductrice-réviseure
Air Liquide Canada Ltée

DAOUST, Denise
Chef du service de la recherche
Office de la langue française

DEBRÉE, Dominique
Chef
Service de traduction
Noranda Inc.

De CORWIN, Hélène
Directrice des services du Québec
Secrétatiat d'État

De FOUGEROLLES, Ludmila
Directrice de la francisation
Centre de linguistique de l'entreprise

DEMERS, Claude
Linguiste - responsable régional
Office de la langue française

DENAULT, Marie-Andrée
Directrice Sea-CECM
Centre Marie-Victorin

DESCHAMPS, René
Directeur des Services linguistiques
Bell Canada

DESCOTEAUX, Diane
Traductrice
CIP Inc.

DÉSILETS, Réjean
Réviseur
Comterm

DORAIS, Michèle
Coordonnatrice, Services linguistiques
Timminco Ltée

DOUCET, Richard
Chef traducteur
Générale électrique du Canada

DUBÉ, Claude-R.
Conseiller en francisation
Office de la langue française

DUBUC, Robert
Chef - Service de linguistique
et de traduction
Société Radio-Canada

DUFOUR, Thérèse
Responsable pédagogique
Centre linguistique

DUMAS, Maurice
Professeur
Cégep Rivière-du-Loup

DUMAIS, Nycole
Co-rédactrice
Association pharmaceutique
canadienne

DUMONT, Louis
Traducteur et coordonnateur
de la francisation
Twinpak Inc.

DUPONT, Charles
Terminologue principal
Air Canada

DUPONT, Paul
Réviseur
La Confédération
Compagnie d'assurance-vie

DUROCHER, Joanne
Traductrice
Conseil d'éducation des
comtés de S.D. et G.

ESTABLE, Adriana
Traductrice
Abitibi-Price Inc.

FAURE, Christiane
Directrice de la francisation
Standard Life

FERNBACH, Nicole
Présidente de JURICOM
Agente de traduction juridique

FLOCH de GALLAIX, Hélène
Responsable du Service de
traduction
Warner - Lambert

FOREST, Claire
Traductrice
Firestone Canada

FORTIER, Frances
Directrice du Service de
traduction
Mutuelle du Canada

FORTIN, Jean-Marie
Directeur de la banque de
terminologie
Office de la langue française

FOURNIER, Suzette
Directrice de la francisation
Consolidated Bathurst Inc.

GAGNON, Paule
Directrice des services
linguistiques
Abitibi-Price Inc.

GAUMOND, Jean-Claude
Chef du Service des
linguistes-conseils
Office de la langue française

GAUTHIER, Francine
Traductrice-rédactrice
Caisse de dépôt et
placement du Québec

GAUTHIER, François
Comité organisateur du
colloque

GAUTHIER, Lucile
Conseillère en rédaction
Hydro-Québec

GAUTHIER, Pierre
Directeur des Services
linguistiques
Sun Life du Canada
Cie d'assurance-vie

GEORGEAULT, Pierre
Directeur, Études et recherches
Conseil de la langue française

GERVAIS, Jacques
Directeur, Projets coopératifs
IBM Canada Ltée

GODIN, Claude
Traducteur indépendant

GOSSELIN, Albert
Directeur des Services
linguistiques
Northern Telecom

GOUANVIC, Jean-Marc
Professeur
Université du Québec à
Trois-Rivières
Département des langues
modernes

GRAHAM, Robert
Consultant
Bureau du Commissaire aux
langues officielles

GUÉRIN, Maurice
Directeur de la francisation et
de la traduction
Air Liquide Canada Ltée

GUILLOTTE, Michel
Directeur général
Centre de linguistique
de l'entreprise

HALLÉ, Martine-Nadia
Traductrice
Conseil Cri de la santé
et des services sociaux de la
Baie James

HOULE, Julien
Directeur du personnel
La Baie

HURDLE-AHOUNOU, Dianne
Canron Inc.
1 First Canadian Place

JANSON, Josée
Traductrice

JOLY, Jean-François
Président - Société des traducteurs du Québec

JOURDAIN, Pauline
Chef de division
Hydro-Québec

JULIEN, Viviane
Directrice des Services linguistiques
La Baie

KARAIVAN, Marguerite
Traductrice principale et réviseure
Air Canada

KERPAN, Nada
Directrice, Centre de terminologie et de documentation
Bell Canada

KROMP, Richard
Directeur de la terminologie et des programmes linguistiques
IBM Canada Limitée

LABBÉ, Nicole
Réviseure
Trust royal

LACROIX, Réginald
Chargé de recherche
Conférence des recteurs et des principaux des universités du Québec

LAFONTAINE, Françoise
Chef de service, Rédaction et Terminologie
Hydro-Québec

LAFORGE, Lorne
Coordonnateur de la recherche
C.I.R.B.
Université Laval

LAFOSSE-MARIN, Joelle
Directrice - Contrôle des opérations
Banque de Montréal

LAGRENADE, Marcel
Chef des Services linguistiques
Radio-Canada

LAMBERT, Francine
Linguiste-conseil
Office de la langue française

LAMONTAGNE, Andrew
Traducteur
Commission scolaire Crie

LAMY, Claire
Comité organisateur du colloque

LAPLANTE, Geneviève
Réviseure linguistique
Conseil de la langue française

LAPOINTE-THIBAULT, Anita
Chargée de cours
Université Laval

LARICHELLIÈRE, Monique
Chef, section Promotion et
Coordination de la terminologie

LA RUE, Marie
Directrice, Service de
traduction
La Banque de Nouvelle-Écosse

LATULIPPE, Lisette
Directrice, Services
linguistiques
La Compagnie Eaton Ltée

LAVERGNE, Nicole
Spécialiste, Formation
linguistique
Via Rail Canada Inc.

LEBLANC, Yves
Directeur principal
Arthur Andersen et Cie

LECLERC, Jacques
Professeur
Cégep Bois-de-Boulogne

LECLERC, Johanne
Chef du Service de la
traduction
Compagnie d'assurance
Standard Life

LECOMPTE, Suzanne
Directrice, Services
linguistiques
Charette, Fortier, Hawey,
Touche Ross

LEDUC, Richard
Traducteur
Société canadienne des postes

LÉGARÉ, Pierre
2e vice-président
La Société Saint-Jean-Baptiste
de Montréal

LÉGARÉ, Sylvie
Superviseure-Traduction
Laboratoires Abbott Ltée

LEGAULT, Daniel
Responsable de l'édition
Ministère de l'éducation

LEGAULT, Madeleine
Traductrice
Bureau des traductions
Secrétariat d'Etat

LEMIRE, Marie
Traductrice
R.L.Q.

LEMOINE, André
Directeur, Services
administratifs
Chrysler Canada Ltée

LEROUX, Paul
Conseiller en rédaction
Hydro-Québec

LESSARD, Marie-Ève
Cooordonnatrice, Programmes
linguistiques
Services linguistiques
IBM Canada Ltée

L'HEUREUX, Robert
Secrétaire
Conseil de la langue française

LIONEL, Jean
Professeur
Cégep Bois-de-Boulogne

L'ITALIEN, Madeleine
Chef, Formation linguistique
Via Rail Canada Inc.

LONGTIN, Odile
Chef, Service de traduction
John Labatt Limitée

MANSEAU, Carol
Responsable, Traduction et
Avantages sociaux
Chrysler Canada Ltée

MANSON, Aline
Chef de section
Bureau des traductions
Secrétariat d'Etat

MARTEL, Monique
Coordonnatrice des
Services linguistiques

MARTIN, Lise
Animatrice
Cégep Rivière-du-Loup

MARTINEAU, André
Chef de service - Traduction
Burroughs Wellcome Inc.

MARTUCCI, Jean
Président
Conseil de la langue française

MAURAIS, Jacques
Linguiste
Conseil de la langue française

MÉNARD, Pierre
Conseiller-cadre
Ministère de l'Education du
Québec

MESSIER, Pierre
Chef de service
Office de la langue française

MEUNIER, Michèle
Superviseure-Qual. édit.
Epiciers Unis Métro-Richelieu

METZGER, André
Conseiller en relations
internationales
Ministère des Relations
internationales

MILES, Céline
Traductrice pharmacomédicale
Ciba-Geigy Canada Ltée

MILLS, James
Directeur de la francisation
Alcan Canada

MILOT, Jean-Guy
Coordonnateur-cadre
CECM

MONDOUX-de GUISE, Suzanne
Traductrice-réviseure
Ordre des comptables
agréés du Québec

MOREL, Francine
Terminologue
Mircrotel Learning services

MORIN, Lucien
Traducteur - terminologue
principal
Service des achats
Pratt & Whitney Canada

MURRAY, Jacqueline
Directrice adjointe
Banque Royale

NEHMÉ, Denis
Directeur
Services de traduction
Le Great-West
Cie d'assurance-vie

NÉRON, Jean-Pierre
Service de l'Education
Fédération des travailleurs
du Québec

OUELLETTE, Albert
Coordonnateur
Comité de francisation
Banque de Montréal

PERRON, Jean
Terminologue
Office de la langue française

PERRON, Marc
Coordonnateur des services en
français
Goodyear Canada Inc.

PILOZZI-KORFAGE, Liane
Réviseure
Via Rail Inc.

PLAICE, Mary
Traductrice
Ministère des communications

POIRIER, Linda
Conseillère pédagogique
Centre de linguistique
de l'entreprise

POIRIER, Yves
Directeur - Services
linguistiques
RCA Inc.

QUESNEL, Alain
Coordonnateur
Services linguistiques
Simpsons Limitée

RACINE, Claude
Professeur
Cégep Bois-de-Boulogne

RACINE, Gilles
Directeur
Office de la langue française

RANCOURT, Suzy
Chef des Services linguistiques
Cie d'Assurance-vie de
Montréal

RAYMOND, Dominique
Associé Dominix

REIHER, Philippe
Directeur - Communications
et Services linguistiques
IBM Canada Ltée

RHEAULT, Michel
Traducteur
Therrien & Rheault, Inc.

RIOPEL, Michelle
Chef des services linguistiques
Canadair Limitée

ROBICHAUD, Jean-Gilles
Directeur - Exploitation
La Banque Toronto-Dominion

ROBICHAUD, Sanford
Traducteur
Coopérative Atlantique

ROCHON, Georges
Directeur des langues
officielles
Ville d'Ottawa

ROUAH, Jacqueline
Traductrice
La Langagerie Inc.

ROUSSEAU, Jean
Etudiant

ROY, Ibarra Delia
Traductrice-interprète
Division CCR
Noranda Inc.

ROY, Louise
Conseillère en francisation
Office de la langue française

ROY, Michel
Directeur - Services
linguistiques
Camco Inc.

SALVAIL, Bernard
Chef du Service des
consultations
Office de la langue française

SARRASIN, Claude
Représentant intérimaire
Bureau du Commissaire
aux langues officielles

SARRAZIN, Alban
Directeur régional, Adm. des
ventes
Cie Consumers Glass Ltée

SAUVÉ, Madeleine
Grammairienne
Secrétariat général
Université de Montréal

SAVARD, Jean-Guy
Adjoint au recteur
Université Laval

SAVILLE, Kevin
Agent de liaison régionale
Commissariat aux langues
officielles

SCHEIN, Sonia
Directrice de la planification et contrôle - IBM Can. Ltée
Communications et services linguistiques

SCHINASI, Solomon
Directeur - Services linguistiques
Ateliers d'Ingénierie Dominion

STÉFANONI, Andrée
Réviseure, Services linguistiques
Montréal Trust

ST-LOUIS, Gladys
Chef traductrice
Boehringer Ingelheim Ltée

STROTMAN, Diane
Chef, Services linguistiques
Pfizer Canada Inc.

ST-PIERRE, Paul
Professeur
Langues et Linguistique
Université Laval

TARDIF, Diane
Directrice de la francisation
P. L. Crain Inc.

TESSIER, Louise
Directrice adjointe des Services linguistiques
Charette, Fortier, Hawey Touche Ross

TÉTREAULT, Hélène
Traductrice
Consumers Glass Ltée

TÉTREAULT, Jean-René
Coordonnateur de stages
Université de Sherbrooke

THÉRIEN, Michel
Professeur
Université de Montréal

THIBAUDEAU, Marc
Chef traducteur
Consolidated-Bathurst Inc.

TIMMS, Sharon
Chef de service
Richardson Greenshields du Canada Ltée

TOURÉ, Martine
Traductrice
L'Assurance Royale

TOUSIGNANT, Jeannine
Directrice
Domtar Inc.

TREMBLAY, Henri
Traducteur
Bell Canada

TROTTIER, Carole
Banque Royale du Canada

TURPIN, Anne-Marie
Traductrice-rédactrice
Le Conseil d'éducation de Carleton

VACHON-L'HEUREUX, Pierrette
Chef de la division de Québec
Service des consultations
Office de la langue française

VANDAL, Andrée
Traductrice
Arthur Andersen & Cie

VERRIER, Danielle
Directrice des Services
linguistiques
Maclean Hunter Ltée

VÉZINA, Denis
Directeur, Planification
financière
Président du Comité de
francisation
Brasserie Molson

VIDAL, Gigi
Chef de division
Terminologie et Documentation
Hydro-Québec

VOLLMER, Elmut
Professeur
Université d'Osnabruck
République fédérale
d'Allemagne

YEOMAN, Lillian
Chef des Services
linguistiques
Air Canada